

Leben im 'neuen Europa': Konsum, Lebensstile und Körpertechniken im Postsozialismus

Vonderau, Asta

Veröffentlichungsversion / Published Version
Monographie / monograph

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:
transcript Verlag

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Vonderau, A. (2010). *Leben im 'neuen Europa': Konsum, Lebensstile und Körpertechniken im Postsozialismus*. (Kultur und soziale Praxis). Bielefeld: transcript Verlag. <https://doi.org/10.14361/9783839411896>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Commercial-NoDerivatives). For more information see:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0>



Asta Vonderau

Leben im »neuen Europa«

**Konsum, Lebensstile
und Körpertechniken
im Postsozialismus**

Asta Vonderau
Leben im »neuen Europa«

Asta Vonderau (Dr. phil.) lehrt und forscht am Institut für Europäische Ethnologie der Humboldt-Universität zu Berlin. Schwerpunkte ihrer Arbeit sind die postsozialistische Transformation und Europäisierungsprozesse in (Ost-) Europa, kulturelle Logiken der Ökonomie und des Marktes und die Mobilitäts-, Migrations- sowie Elitenforschung.

ASTA VONDERAU

Leben im »neuen Europa«

Konsum, Lebensstile und Körpertechniken im Postsozialismus

[transcript]

Die vorliegende Arbeit wurde am 25. November 2008 vom Dekan der Philosophischen Fakultät I der Humboldt-Universität zu Berlin, Prof. Dr. Christof Rapp, als Dissertation anerkannt.

Gefördert von der Heinrich Böll Stiftung.

GutachterInnen: Prof. Dr. Wolfgang Kaschuba, Prof. Dr. Beate Binder.

Gedruckt mit Mitteln des Georg R. Schroubek Fonds Östliches Europa und der Dezentralen Frauenbeauftragten der Humboldt-Universität zu Berlin.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© 2010 transcript Verlag, Bielefeld



**This work is licensed under a Creative Commons
Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 3.0 License.**

Umschlaggestaltung: Kordula Röckenhaus, Bielefeld

Umschlagabbildung: Motiv vom Titelblatt des litauischen Nachrichtenmagazins Veidas Nr. 17 vom 18. April 2005

Lektorat & Satz: Asta Vonderau und Matthias Schöbe

Druck: Majuskel Medienproduktion GmbH, Wetzlar

ISBN 978-3-8376-1189-2

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier mit chlorfrei gebleichtem Zellstoff.

Besuchen Sie uns im Internet: <http://www.transcript-verlag.de>

Bitte fordern Sie unser Gesamtverzeichnis und andere Broschüren an unter:
info@transcript-verlag.de

Inhalt

Einführung	7
STUDYING THROUGH. METHODOLOGISCHE ÜBERLEGUNGEN	17
Wohin mit dem Postsozialismus?	19
Zur Krise der Postsozialismusforschung	22
Wissenshierarchien	26
(Miss-)Erfolge einer ›einheimischen‹ Ethnographin	29
Zuhause im Feld	31
Staatlich anerkannte Probleme	36
Machtfelder erforschen	39
Fremd und Eigen sein	44
Ich war da!	47
TRANSFORMATIONEN DES INDIVIDUUMS. DINGE ALS AKTEURE IM PROZESS SOZIALER DIFFERENZIERUNG	55
Konsum als Erfahrung der Moderne	61
Konsum im Sozialismus	63
Informelle Konsumnetzwerke	69
Freiluftmärkte als freie Märkte?	74
Shopping is not bad. Malls are for people	84
Vom situativ handelnden zum unternehmerischen Individuum	93
Eine andere Zeitlichkeit	94
Sozialistische Konzeptionen des Individuums	98
Neue Subjektivierungsformen	102
Die Vergangenheit in der Gegenwart	112
Materialität und Körperlichkeit des guten Lebens.	
Zum Verhältnis von Menschen und Dingen	127
Sozialismus, wie er riecht und schmeckt	128
Eine neue soziale Haut	138
Zwischen Hunger und (gutem) Geschmack	145

Diät Europa	148
Geschmackliche Differenzierung	150
ERFOLGSMODELLE AUF DEM FREIEN MARKT.	
SYMBOLISCHE BEDEUTUNGEN UND KULTURELLE PRAXEN	155
Semantiken des Erfolgs. Mediale Repräsentationen	157
Wer ist (un-)sichtbar?	161
Darstellungen individuellen Erfolgs	164
Zur Ikonologie des guten Lebens	170
Der Erfolg der Geschlechter	173
Performative shift	177
Performing self	180
PlacesBodies. Körperliche und räumliche Zeichen des guten Lebens in der Stadt	183
Stadtkarte im Wandel	184
Körperinvestitionen	190
Rituelle Bereinigungen des Körpers	193
Frauenkörper als Repräsentationsfläche	198
Der Blick der anderen	200
Neue Orte als corporate sphere	203
SCHLUSS: SICHTBARKEIT DER GEWINNER, UNSICHTBARKEIT DER VERLIERER	207
Dank	217
Literatur	219
Abbildungen	235

Einführung

»Warum haben nun aber einige Menschen Erfolg in Litauen und andere nicht?,« fragte mich eine Journalistin des litauischen Nachrichtenmagazins *Veidas*¹ wiederholt während eines Interviews, das sie für ein Heft zum Thema »Erfolg« mit mir führte. Zwar unterlief ich ihre Erwartung an eine Expertin, indem ich Erfolgsrezepte schuldig blieb, doch das journalistische Interesse an meiner Forschung nahm deshalb nicht ab.

2005 betrieb ich Feldforschung in der litauischen Hauptstadt Vilnius. Im Mittelpunkt meiner Untersuchung stand die Frage, wie sich kulturelle Kategorien von Erfolg und ›gutem Leben‹ im Zuge der postsozialistischen Transformation und der europäischen Integration Litauens veränderten, und wie soziale Positionen, vor allem die soziale Rolle der Eliten,² im Rahmen dieser Prozesse (neu) bestimmt wurden. Es handelte sich dabei um Veränderungen, die für die Gesellschaft größte Relevanz besaßen und sich mit besonderer Intensität vollzogen. Entsprechend wurde ich während meiner Forschung wiederholt von Society-Reportern aufgesucht, die sich mit Wohlstand, Geschmack, Lebensstil und dem Körper beschäftigten und mich als Sachverständige interviewen wollten. Aus diesen Gesprächen entstanden Berichte für Frauenzeitschriften und Lifestyle-Magazine, die Wege zum guten Leben beschrieben und meine Person als eine inszenierten, die der Welt des Wohlstands und Erfolgs zum Greifen nahe gekommen sei:

Warum haben einige Menschen Erfolg und andere nicht? Anthropologen, Psychologen und Soziologen suchen nach einer Antwort auf diese Frage. Die Wissenschaftlerin Asta Vonderau, eine Anthropologin der Humboldt-Universität in Berlin, ver-

1 Veidas [Das Gesicht] ist ein wöchentlich erscheinendes litauisches Nachrichtenmagazin, das sich mit politischen, gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und kulturellen Themen beschäftigt und darin in etwa dem deutschen Magazin *Der Spiegel* vergleichbar ist.

2 Zum Elitenbegriff siehe die Diskussion im Kapitel »Machtfelder erforschen«.

brachte mehrere Monate in der Nähe erfolgreicher Litauer. Sie versuchte herauszufinden, wie diese Menschen ihre jetzige gesellschaftliche Position erreicht haben und welche Visionen eines guten Lebens sie dazu motivierten, aufwärts zu streben. [...] Gemeinsam mit den Protagonisten ihrer Forschung besuchte die Wissenschaftlerin luxuriöse Empfänge, Restaurants, Sportklubs und Wohltätigkeitsveranstaltungen.³

Tatsächlich erwies sich die Frage nach dem guten Leben im Verlauf meiner Forschung als viel zentraler für die litauische Öffentlichkeit, als ich zunächst vermutet hatte. Tageszeitungen, Fernseh-Gesprächsrunden und andere Diskussionsforen thematisierten sie dabei meist im Blick auf Formen von »Wachstum«: hinsichtlich der »wachsenden« Wirtschaftsleistung etwa, aber auch in Bezug auf die »fortschreitende« Demokratisierung oder die »zunehmende« europäische Integration Litauens. Wachstum wurde als Fortschritt des Landes auf dem Weg zu einem besseren Zustand der Gesellschaft gedeutet. Mehr noch: In den öffentlichen Debatten und Berichten erschien das Streben nach einem besseren Leben geradezu als nationale Tugend, ja als gegebenes Merkmal einer litauischen Identität, welche die Litauer von ihren östlichen Nachbarn unterscheide und ihr Verhältnis zu den westeuropäischen Ländern präge. Im Leitartikel einer Sonderausgabe von *Veidas*, die zum ersten Jahrestag der litauischen EU-Mitgliedschaft herauskam, wird diese Haltung beispielhaft deutlich:

Nach einem Jahr der EU-Mitgliedschaft beginnen wir zu verstehen, warum das alte Europa es mit allen Mitteln vermeidet, sich weiter für uns zu öffnen. [...] Die Alt-Europäer haben Angst vor unserem Hunger und unserem Streben, vor unserer Entschlossenheit zu arbeiten und für das eine Ziel zu leiden, das wir mit allen Mitteln zu erreichen suchen: besser zu leben.⁴

Visionen eines guten Lebens wurden in den Medien dabei nicht als abstraktes Ziel oder ferner Orientierungshorizont der Gesellschaft verhandelt. Vielmehr unternahm man alle Anstrengungen, diese Visionen zu personifizieren und zu materialisieren, ihnen ein menschliches Gesicht, ja einen Körper zu geben, indem man sie in »authentischen« Lebensgeschichten verwirklichte. So erschienen in den nun in großer Zahl gedruckten Lifestyle-Magazinen regelmä-

3 Aurelija Vernickaitė/Eugenija Grižibauskienė: »Ambicijų genami« [Von Ambitionen getrieben], in: *Veidas* vom 16.03.2006, S. 38-43, hier S. 38.

4 »Editorial«, in: *Veidas* (Sonderausgabe zum ersten Jahrestag der litauischen Mitgliedschaft in der EU) vom 28.04.2005, S. 6. Wie Elizabeth C. Dunn in Bezug auf Polen anmerkt, wird die Idee eines Wandels zum Guten – im Sinne einer Annäherung an die Länder Westeuropas und die USA – in den osteuropäischen Gesellschaften als wichtigstes Ziel der postsozialistischen Transformation verstanden. Dies trifft auch auf Litauen zu. Vgl. Elizabeth C. Dunn: *Privatizing Poland. Baby Food, Big Business and the Remaking of the Polish Working Class*, Ithaka, New York: Cornell University Press 2004, S. 162.

Big Porträts erfolgreicher und glücklicher Menschen: emotionalisierte Berichte von berauschenden Erfolgen, erfüllten Alltagsmomenten, erstaunlichen Karrieredurchbrüchen, harmonischen Familienverhältnissen, abenteuerlichen Hobbys, aber auch von Urlaubsplänen, Konsumgewohnheiten und dem Inhalt von Kleiderschränken. Diese quasi-ethnographischen Beschreibungen zielten nicht nur auf Realitätsnähe und Glaubwürdigkeit, sondern wollten vor allem suggerieren, dass sich die Visionen eines guten Leben verwirklichen ließen, wenn man nur genügend um sie bemüht wäre:

Glauben Sie, dass Träume Wahrheit werden können? Wenn nicht, dann sollten Sie unbedingt einmal Frau Violeta Campana treffen. Lassen Sie sich diese Frau vorstellen. Violetas Mann ist ein internationaler Industriemagnat, was die Produktion goldener Uhren betrifft, ihre Tochter ist ein bekanntes Fotomodel, und Violetas eigener Name ziert eine Kollektion von Schmuck und Uhren.⁵

Meine anfänglichen Vorstellungen, was im litauischen Kontext unter Schlagwörtern wie Erfolg verstanden wird, blieben somit nicht lange abstrakt. Die von mir zunächst spontan unter Bekannten gestellte Frage, wer in dieser Gesellschaft Erfolgsmodelle liefern und (vor-)leben könne, führte mich rasch in einen Kreis von Personen, die beruflich erfolgreich und materiell wohlhabend, vor allem aber auch als solche öffentlich sichtbar waren. Unter ihnen fanden sich Unternehmer, hochrangige Manager internationaler Firmen nebst ihrer Ehefrauen, Ehemänner und Kinder, Berühmtheiten der lokalen Unterhaltungsindustrie, Stilberater, Architekten, Designer und Ärzte. Personen also, die sich in Alltag, Karriere oder Einkommen unterschieden, aber gleichermaßen öffentliches Interesse auf sich zogen. Die Berichte über ihren Erfolg schienen mir zunächst denen der internationalen Boulevardpresse zu gleichen, und ich wunderte mich, dass sich in Litauen ein entsprechendes Leserinteresse voraussetzen ließ, musste ich doch davon ausgehen, dass die Zeit noch präsent war, in der andere soziale Strukturen und andere Wege zu Glück, Wohlstand und Erfolg als angemessen galten.

Was bedeutet es, »gut zu leben« in einer sich schnell und fortlaufend wandelnden Gesellschaft? Wie stellt sich ein solches Leben in seiner Materialität, seiner Dinglichkeit und Körperlichkeit dar? Wie riecht es, wie fühlt es sich an? Wer sind die »Gewinner« der gegenwärtigen gesellschaftlichen Situation, die Vorstellungen vom guten Leben zu realisieren und zu verkörpern glauben? Welche Personen gehören zur Elite, von der man sich Lösungen dafür verspricht, dass der soziale Zustand des guten Lebens erreicht und über gesellschaftliche Transformationen hinweg beibehalten werden kann?

5 »Po meilės Pasaulį valdo pinigai« [Nach der Liebe regiert das Geld die Welt], in: Veikli, Dezember/Januar 2004/2005, S. 26-29, hier S. 26. Veikli [Die aktive Frau] ist eine Zeitschrift, die sich vor allem an berufstätige Frauen richtet.

Folgt man der Beobachtung Zygmunt Baumans, dass das Projekt des persönlichen Lebens und das gesamtgesellschaftliche Projekt sozialer Ordnung unmittelbar verbunden sind,⁶ dann gelten solche Fragen nicht nur den Dilemmata einzelner Personen. Sie betreffen die sozialen Strukturen, in die das Leben Einzelner eingebettet ist, und sie können dazu dienen, gesellschaftliche Hierarchien zu bestimmen. Dieses Buch geht davon aus, dass Machthierarchien entstehen, die bis in das Leben konkreter Personen hineinwirken, wenn in den Medien und anderen Foren öffentlichen Austauschs unter Gruppen und Akteuren über Fragen wie die oben gestellten diskutiert wird. Eben die Verbindung zwischen der sozialen Ordnung als Projekt und dem Projekt des individuellen Lebens bildet also den Ausgangspunkt meiner Forschung. Mit »Projekt« meine ich zum einen Ideologien, Diskurse und Machtkonstellationen, die sich als Ergebnis eines Aushandlungsprozesses zwischen Institutionen, Märkten und verschiedenen sozialen Gruppierungen im konkreten gesellschaftlichen Kontext als dominant etablieren und zum *common sense*⁷ werden. Zum anderen verstehe ich darunter die Art und Weise, wie soziale Akteure ihre Identitäten konstruieren, wie sie ihre alltäglichen sozialen Praxen und ihre kulturellen Repräsentationen an der Schnur der eigenen Biographie auffädeln und mit dem Ziel organisieren, einen »eigenen Platz« in der Gesellschaft zu besetzen.

Die Verbindung zwischen dem Projekt des individuellen Lebens und dem der sozialen Ordnung wurde in einer Gesellschaft wie der litauischen in den letzten Jahrzehnten dabei besonders vielen, oft radikalen Veränderungen unterworfen. Die Frage nach Erfolg und gutem Leben stellte sich im veränderten sozialen Rahmen immer wieder, und Antworten mussten entsprechend stets neu verhandelt werden.

Wie in anderen sozialistischen Ländern organisierte sich in Litauen seit den 1960er Jahren Widerstand gegen das sowjetische System, wobei dieser weniger auf konkreten politischen Zielen, als vielmehr auf ökonomisch begründeten Vorstellungen und Wünschen beruhte – auf der Vision eines besseren westlichen Lebens und der Vorstellung vom Konsum westlicher Waren.⁸

6 Vgl. Zygmunt Bauman: Unbehagen in der Postmoderne, Hamburg: Hamburger Edition 1990, S. 40. Bauman bezeichnet diese Verbindung als wesentliches Charakteristikum der Moderne, die in der Postmoderne nicht mehr gegeben ist. Ich würde hingegen behaupten, dass sie in der fragmentierten postmodernen Gesellschaft von heute fortbesteht, wenn auch in anderer Form.

7 Vgl. Michael Herzfeld: Anthropology. Theoretical Practice in Culture and Society, Malden: Blackwell 2001, S. 1ff. Laut Herzfeld besteht die Aufgabe der Anthropologie darin, das scheinbar Selbstverständliche des gesellschaftlichen Lebens (den *common sense*) zu hinterfragen.

8 Litauen war zwischen 1940 und 1990 ein Teil der Sowjetunion. Bis zum Ende der 1950er Jahre gab es in Litauen einen starken bewaffneten und politisch begründeten Widerstand (die sogenannte Partisanenbewegung). Die 1960er Jahre

Schon damals nahm die Vision des guten Lebens folglich die Form eines Diskurses an, der sich nicht so sehr ideell gegen die sowjetische Mangelwirtschaft richtete, sondern eine fast schon körperlich greifbare Materialität aufwies, die sich in konkrete Konsumbilder und Konsumgüter einschrieb. Paradoxerweise fiel die Verwirklichung dieser Vision nicht etwa Systemkritikern zu, sondern Personen, die in den politischen Strukturen der Kommunistischen Partei eine privilegierte Position erreicht hatten, über die sie Zugang zu den Inhalten des vorgestellten guten Lebens und zu westlichen Gütern besaßen.

Imaginationen des guten Lebens entstehen aus der Verbindung zwischen der sozialen Ordnung und individuellen Lebensentwürfen, unter Einwirkung lokaler und globaler Machtstrukturen und in Form eines »ironischen Kompromisses«⁹ zwischen Wunschkonstruktionen und Möglichkeiten. Es handelt sich also um *soziale* Imaginationen im Sinne von Arjun Appadurai, die nicht die bloße Phantasie, sondern »organisierte Bereiche sozialer Praxen«¹⁰ formen und Wirkkraft entwickeln, indem sie zum Handeln aktivieren und dadurch die Entwicklung der Gesellschaft insgesamt beeinflussen. Konsumforscher sind sich einig, dass die mit westlichen Konsumbildern verbundene soziale Imagination des guten Lebens in Osteuropa eine entscheidende Kraft gewesen ist – »fuel for action«,¹¹ das zum Zusammenbruch des Sozialismus beitrug.¹² Imaginationen von Erfolg und gutem Leben entstehen somit auf mehreren, miteinander verzahnten Ebenen und müssen auf eben diesen Ebenen analysiert werden. Sie sind gleichermaßen kollektiv und individuell, diskursiver, aber

gelten als Zeit der »Lockerung« des sozialistischen Regimes, aber auch als Jahrzehnt, in dem in der UdSSR eine moderne Konsumgesellschaft entstand. Meist wird dies mit der fortschreitenden Modernisierung der Gesellschaften und der Konsumorientierung der kommunistischen Regierung in Zusammenhang gebracht, wie sie nach dem Tod Stalins und der Wahl von Nikita Chruschtschow zum ersten Sekretär des Zentralkomitee der KPdSU (1953) offiziell ausgerufen wurde. Siehe hierzu: Hannes Siegrist: »Konsum, Kultur und Gesellschaft im modernen Europa«, in: Hannes Siegrist/Hertmut Kaelble/Jürgen Kocka (Hg.), Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert), Frankfurt/Main, New York: Campus 1997, S. 13-50, hier S. 33ff. Zu den westlichen Konsumbildern und Visionen eines besseren Lebens siehe: Peter Niedermüller: »Kultur, Transfer und Politik im ostmitteleuropäischen Sozialismus«, in: Hartmut Kaelble/Martin Kirsch/Alexander Schmidt-Gernig (Hg.), Transnationale Öffentlichkeit und Identitäten im 20. Jahrhundert, Frankfurt/Main: Campus 2002, S. 159-175, hier S. 170ff.

9 Arjun Appadurai: *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalisation*, Minneapolis: University of Minnesota Press 1996, S. 54.

10 Ebd., S. 31.

11 Ebd., S. 54.

12 Vgl. Stephan Merl: »Staat und Konsum in der Zentralverwaltungswirtschaft. Russland und die ostmitteleuropäischen Länder«, in: Hannes Siegrist/Hertmut Kaelble/Jürgen Kocka (Hg.), *Europäische Konsumgeschichte*, S. 205-241, hier S. 235ff.

auch materieller und körperlicher Natur. Wenn der soziale Raum einer Gesellschaft neu organisiert wird, deren Materialität dem Wandel unterliegt (wie dies bei der Transformation vom sozialistischen zum kapitalistischen Gesellschaftssystem der Fall war), müssen auch die Imaginationen des guten Lebens neu konstruiert werden.

Den soziohistorischen Kontext meiner Forschung bildet die gegenwärtige europäische Integration sowie der Übergang von der sozialistischen Planwirtschaft zum freien Markt (und damit von einer sozialistischen zu einer kapitalistischen Konsumgesellschaft), der die materiellen Lebensbedingungen der litauischen Gesellschaft radikal veränderte. »Wirtschaft« und »Markt« interessieren hier als Aspekte des gesellschaftlichen Lebens, die einen besonders großen Einfluss auf die materielle Gestalt einer Gesellschaft und auf die Organisation des sozialen Raumes besitzen, also auch auf die dominanten Vorstellungen von gutem Leben und Erfolg. Ich betrachte den Markt dabei nicht als eine Gegebenheit, die außerhalb und unabhängig von lokalen sozialen Strukturen existieren würde. Märkte können zwar die Grenzen einer Gesellschaft überschreiten, zumal sie oftmals globalen Entwicklungen unterliegen, sie bilden jedoch zugleich einen integrativen Bestandteil des lokalen sozialen Lebens und der Regierungsform eines Staates.¹³ Wenn Wirtschaft und Markt in das Projekt einer gesellschaftlichen Ordnung integriert sind, stehen sie auch in unmittelbarem Zusammenhang mit den Lebensprojekten des Einzelnen. In Übereinstimmung mit Elizabeth C. Dunn behaupte ich, dass die wichtigsten Mechanismen sozialer Regulierung in den heutigen Gesellschaften durch makroökonomische Strukturen geschaffen werden, insofern solche Strukturen nach bestimmten Subjektivitätsformen (*forms of personhood*) verlangen, die wiederum zur Stärkung dieser Mechanismen beitragen.¹⁴ Wie Dunn bemerkt, haben die Gestalter der postsozialistischen Ökonomien im Westen und Osten die Komplexität der Verbindung zwischen ökonomischen Strukturen und Subjektivitätsformen unterschätzt. Sie gingen davon aus, dass es genüge, den Kommunismus zu beseitigen, damit die Profitorientierung, die Arbeitsweisen

13 Lemke, Krassmann und Bröckling sprechen von einer Neudefinition des Verhältnisses von Staat und Ökonomie, das in der neoliberalen anders als in der klassisch-liberalen Rationalität ausfalle. Dort »überwacht der Staat nicht länger die Marktfreiheit, sondern der Markt wird selbst zum organisierenden und regulierenden Prinzip des Staates. Der Neoliberalismus ersetzt ein begrenzendes und äußerliches durch ein regulatorisches und inneres Prinzip: Es ist die Form des Marktes, die als Organisationsprinzip des Staates und der Gesellschaft dient.« Ulrich Bröckling/Susanne Krassmann/ Thomas Lemke: »Gouvernementalität, Neoliberalismus und Selbsttechnologien. Eine Einleitung«, in: Ulrich Bröckling/Susanne Krassmann/Thomas Lemke (Hg.), *Gouvernementalität der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen*, Frankfurt/Main: Suhrkamp 2000, S. 7-41, hier S. 14.

14 Vgl. E. C. Dunn: *Privatizing Poland*, S. 3.

und Konsumpraxen des Kapitalismus durchschlugen und zu einem reibungslosen Funktionieren der Marktwirtschaft führten. Doch: »the successful creation of market economy requires changing the very foundations what it means to be a person«.¹⁵

Um die litauische Marktwirtschaft zum Erfolg zu führen, musste die Imagination des guten Lebens selbst überholt werden, und damit auch das Bild des erfolgreichen Menschen, der imstande ist, diese Imagination zu verwirklichen. Begleitet von Losungen des »Intensivierens«, »Flexibilisierens«, »Harmonisierens« oder »Normalisierens«, die Managementstrategien ebenso wie politischen Ideologien (etwa EU-Europas) entstammen, wurde die Umgestaltung früherer Subjektivitätsformen und Identitätsmodelle eingeleitet. Am Ende dieses Prozesses standen idealerweise Personen, die in den veränderten wirtschaftlichen und politischen Strukturen erfolgreich funktionierten und eben dadurch auch regierbar waren: Eigentümer, Konsumenten, Experten, Manager und Europäer. Damit wurde zugleich nahegelegt, dass der im sozialistischen System sozialisierte Mensch ein gutes Leben im Kapitalismus kaum führen könne, ohne sich selbst »auszutauschen« – ohne sich zu einer anderen Art von Persönlichkeit zu wandeln. So jedenfalls lautete die Lektion des Marketing-Bestsellers *Karaoke-Kapitalismus* (2004) von Jonas Ridderstråle und Kjell Nordström, der in der litauischen Medienöffentlichkeit und unter meinen Interviewpartnern große Resonanz hervorrief:

Also, meine Damen und Herren – schärfen Sie Ihre Sinne. Was möchten Sie heute an der Welt ändern – Ihren Ehegatten, Ihr T-Shirt, sich selbst oder Ihre Socken? [...] In dieser Welt des Karaoke-Kapitalismus überwältigt die Vielfalt der Wahlmöglichkeiten. [...] Der Konsum ist zu einer Art Konfession geworden. [...] Und nun die schlechte Nachricht. Der Karaoke-Club ist nicht für alle geöffnet. Nur hell scheinende Sterne erhalten garantiert freien Eintritt.¹⁶

Die Selbstreform verlief nicht einseitig, als ein bloß von Außen durch politische Ideologien und Marketingstrategien an einzelne soziale Akteure herangetragener Prozess. Meine Gesprächspartner erkannten durchaus die neuen Machtkonstellationen und die Ein- und Ausschlussmechanismen, welche die Verwirklichung ihrer sozialen Imaginationen reglementierten. Sie bemühten sich, diese neuen Strukturen in ihre individuellen Lebensmodelle zu integrieren oder sie zu umgehen, in dem sie Nischen und Lücken für eigene Lebenswege suchten. In diesem Prozess gestalteten sie ihre Lebenspläne, ihre Körper und ihre Persönlichkeiten neu.

15 Ebd., S. 7.

16 Jonas Ridderstråle/Kjell Nordström: *Karaoke-Kapitalismus: Fitness und Sexappeal für das Business von morgen*, Heidelberg: Redline 2005, S. 21-22.

Auch diese (Neu-)Gestaltung besaß eine besonders ausgeprägte Materialität und Körperlichkeit, der große symbolische Bedeutung zukam. Der Grund hierfür war, dass die nach dem Zusammenbruch des Sozialismus abgewerteten sozialistischen Erfahrungen, Qualifikationen und Kompetenzen nicht (oder zumindest nicht offen) als Fundament für andere Identitätswürfe, Images, Lebenswege und Karrieren genutzt werden konnten. So kam den äußerlichen Zeichen – der körperlichen Erscheinung und den materiellen Gütern im eigenen Umfeld – die besondere Funktion zu, die Transformation in ein neues Individuum zu symbolisieren.¹⁷ Entsprechend wird Materialität (*materiality*) hier im Einklang mit Michael Herzfeld als Aspekt des sozialen Lebens und nicht nur als Eigenschaft seiner Elemente verstanden.¹⁸ Die materiellen Dinge werden als eigenständige Akteure betrachtet, die gesellschaftliche Entwicklungen mitbestimmen können.¹⁹

Im Mittelpunkt dieses Buches stehen neue Formen der Subjektbildung, die auf der neugestalteten Verbindung zwischen den Projekten der sozialen Ordnung und denen individueller Lebensentwürfe beruhen und eine Redefinition kultureller Kategorien und sozialer Differenzen nach sich ziehen, wobei die Prozesse der postsozialistischen Transformation und europäischen Integration den Kontext der Studie abgeben. Das ihr zugrundeliegende empirische Material besteht aus Interviews, die ich über einen Zeitraum von sieben Monaten in Litauen mit Personen geführt habe, die sich der litauischen Elite zurechnen und ihr zugerechnet werden, sowie aus Beobachtungen der symbolischen Repräsentationen ihres privilegierten sozialen Status im Alltag und aus Analysen medialer Diskurse.²⁰ Die Interviewten sprechen in diesem Buch gleichsam mit zwei Stimmen: als Privatpersonen, die den gesellschaftlichen Wandel erleben und ihre individuellen Vorstellungen vom guten Leben zu realisieren versuchen, und als Experten und Aktivisten eines freien Marktes, die diesen gesellschaftlichen Wandel initiierten und (mit-)gestalteten. Würde man versuchen, die thematische Ausrichtung der vorliegenden Studie in gängigen sozialwissenschaftlichen Kategorien zu fassen, so ließe sie sich als Beitrag zu Erforschung des (Post-)Sozialismus, zur Europäisierungs-, Konsum- und Elitenforschung bezeichnen. Es gehört indessen auch zu ihren erklärten Zielen, diese kategoriellen Grenzziehungen zu überwinden und die Kategorien selbst

17 Vgl. E. C. Dunn: *Privatizing Poland*, S. 3.

18 Vgl. M. Herzfeld: *Anthropology*, S. 93.

19 Vgl. Bruno Latour: *Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network-Theory*, Oxford: Oxford University Press 2007.

20 Ausführlichere Überlegungen zur Feldforschung finden sich im Kapitel »(Miss-)Erfolge einer einheimischen Ethnographin«. Dort unterziehe ich auch den Elitenbegriff einer kritischen Diskussion. Im Verlauf meiner Untersuchung werden Bezeichnungen wie »Etablierte« oder »Gewinner« synonym mit dem Elitenbegriff benutzt, um die Gruppe meiner Informanten zu beschreiben.

zu problematisieren, unter denen die Forschung zum Thema bislang organisiert wurde.



Abbildung 1: Eröffnung einer Edelboutique, Vilnius 2005, fotografiert von A. Vonderau.

Studying through.

Methodologische Überlegungen

Wohin mit dem Postsozialismus?

There is a whole branch of this industry,
I call ›transitology‹, in which an entire
legion of scholars makes their living.

*Michał Buchowski*²¹

Es liegt gewiss nichts Neues mehr darin, auf die Problematik der Begriffe ›Übergang‹ (*transition*) und ›Transformation‹ (*transformation*) für die Postsozialismusforschung zu verweisen. Zahlreiche Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen,²² darunter Ethnologen und Anthropologen wie Katherine Verdery, Zygmunt Bauman, Caroline Humphrey, Michael Burawoy, Chris Hann, Francis Pine, Michał Buchowski, Peter Niedermüller oder Sabine Hess haben diese Problematik ausführlich erörtert. Sie haben damit dem in der Politikwissenschaft, der Soziologie und der Wirtschaftswissenschaft verbreiteten Verständnis des gesellschaftlichen Wandels in Osteuropa nach dem Ende des kalten Krieges widersprochen, das diesen ausschließlich als Übergang vom Sozialismus zum Kapitalismus, von einem klar abgegrenzten sozialen und politischen System in ein anderes erklärt. Ich will die wichtigsten Kritikpunkte kurz zusammenfassen.

Erstens vernachlässigt das Konzept des Übergangs oder der Transition die Vielfalt der Formen, welche die lokale Aneignung transnationaler Prozesse kennzeichnet.²³ ›Transition‹ suggeriert, dass der Sozialismus als Ausgangspunkt des Übergangs und der Kapitalismus als sein Ziel für zwei grundver-

21 Michał Buchowski: *Rethinking Transformation. An Anthropological Perspective on Post-Socialism*, Poznań: Wydawnictwo Humaniora 2001, S. 14.

22 Im Folgenden verwende ich meist verallgemeinernd die männliche Form, wenn ich von Personen beider Geschlechter in der Mehrzahl spreche.

23 Den sozialen Wandel in Osteuropa (im Sinne der Durchsetzung des freien Marktes und neoliberaler Regierungsformen) verstehe ich nicht als ausschließlich lokalen Prozess, der nur die postsozialistischen Gesellschaften betrifft, sondern als Aspekt transnationaler (globaler) Entwicklungen, die in verschiedenen lokalen Kontexten unterschiedliche Formen annehmen und verschiedene Folgen zeitigen können.

schiedene gesellschaftliche Ordnungen stehen, die in den jeweiligen Kontexten der osteuropäischen Länder nach vergleichbaren Kriterien festzustellen und zu analysieren sind. Zweitens setzt diese Perspektive die Dominanz eines westlichen kapitalistischen Gesellschaftsmodells voraus, insofern dieses als notwendiges oder natürliches Ergebnis des Wandels in den postsozialistischen Ländern betrachtet wird. Und drittens erscheinen die postsozialistischen Gesellschaften aufgrund dieser marginalisierenden Betrachtungsweise als unterentwickelte Gebiete Europas, die Prozesse westeuropäischer Modernisierung noch nachholen müssen.²⁴ Ansätze, die auf dem Konzept der Transition aufbauen, setzen also einen radikalen Bruch zwischen Vergangenheit und Gegenwart voraus; sie unterstellen zwei essentiell unterschiedliche, hierarchisch gestellte Gesellschaftssysteme. Aus diesem Blickwinkel ist der postsozialistische Wandel ein völliger Neuanfang in allen Bereichen des sozialen Lebens. Gesellschaftliche Kontinuitäten – die in vielen Fällen das eigentliche Fundament der Veränderungen ausmachen – werden vernachlässigt oder als unerwünschte und zu beseitigende Überbleibsel des rückständigen sozialistischen Systems dargestellt.

»Capitalism is built not on but with the ruins of socialism«,²⁵ entgegnen die Kritiker der transitologischen Perspektive. Sie weisen ihrerseits darauf hin, dass der soziale, politische und ökonomische Wandel nach dem Ende des Kalten Krieges heterogen und komplex ist und in einer Vielfalt unterschiedlichster sozialer Praxen sowie kultureller Repräsentationen zum Ausdruck kommt. Begründet wird dies unter anderem mit der Heterogenität der gesellschaftlichen Voraussetzungen des postsozialistischen Wandels. Selbst wenn sich die offizielle Doktrin und die grundlegenden ökonomischen und politischen Strukturen in den ehemals sozialistischen Ländern Osteuropas glichen und die Einwohner dieser Länder ähnliche Erfahrungen teilten, war doch das Alltagsleben im »real existierenden Sozialismus« sehr verschieden.²⁶ So waren die sozialistischen Staatsstrukturen, politisch-ideologischen Restriktionen und die planwirtschaftlichen Prinzipien in der ehemaligen Sowjetunion, zu der Litauen bis 1990 gehörte, viel tiefer verankert als in sozialistischen Län-

24 In diesem Zusammenhang wird der Begriff der »nachholenden Modernisierung« wiederbelebt, der die marginalisierende Perspektive auf Osteuropa zum Ausdruck bringt. Siehe dazu: Sabine Hess: Globalisierte Hausarbeit. Au-pair als Migrationsstrategie von Frauen aus Osteuropa, Frankfurt/Main: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2005, S. 49 ff.

25 Catalin Augustin Stoica: »From Good Communists to Even Better Capitalists? Entrepreneurial Pathways in Post-Socialist Romania«, in: East European Politics and Societies 18/2 (2004), S. 236-277, hier S. 241.

26 Siehe z.B. Katherine Verdery: What Was Socialism and What Comes After?, Princeton, New York: Princeton University Press 1996, S. 19f.; M. Buchowski: Rethinking Transformation, S.10.

dem wie der DDR, Polen, Ungarn oder Jugoslawien, die in stärkerem Austausch mit westeuropäischen Staaten standen.

Man kann also nicht von einem gemeinsamen Ausgangspunkt der postsozialistischen Transformation im Sozialismus sprechen, ohne zugleich deren Komplexität zu vereinfachen. Ebenso wenig lässt sich von einem übergreifenden Ziel postsozialistischen Wandels, von einer Entwicklung hin zum Kapitalismusmodell westeuropäischen Zuschnitts ausgehen. Postsozialismusforscher haben solchen Annahmen vehement widersprochen und sie als Ausdruck einer westlichen Ideologie kritisiert: »What kind of transition and from what to what, or from where to where?« fragt beispielsweise Michał Buchowski in seinem Buch *Rethinking Transformation* (2001). Er weist auf die für meine Argumentation zentrale Tatsache hin, dass ein naturalisiertes Verständnis der postsozialistischen Transformation nicht nur in der Wissenschaft, sondern auch in der Medienöffentlichkeit west- und osteuropäischer Gesellschaften dominiert:

Circumscribed by popular stereotypes, eagerly strengthened by Western and neoliberal discourses that reflect power relations between the East and the West, people on both sides of the former Iron Curtain simply define it as a transition from the authoritarian regimes to democracy, transformation from commanded economy to free market and a rapid change of social mentalities from communist to capitalist. All these terms are intuitively assumed as given. Meanwile, neither the point of departure, nor the point of arrival, have been defined.²⁷

Buchowski wehrt sich wie Verdery, Hess und andere gegen das verbreitete Verständnis der Transformation, indem er darauf hinweist, dass die oft als ausschließlich osteuropäisch betrachteten Transformationsprozesse auch westliche Gesellschaften prägen, die sich seit dem Ende des Kalten Krieges in stetem Wandel befinden und keine klaren Gesellschaftsmodelle ausbilden.²⁸ Katherine Verdery hat in diesem Zusammenhang die These aufgestellt, dass sich Staatsformen, die in den ersten postsozialistischen Jahren in Osteuropa entstanden, eher mit feudalistischen als mit kapitalistischen Gesellschaftsstrukturen vergleichen lassen. Sie versucht, die im wissenschaftlichen wie öffentlichen Sprachgebrauch gängigen Metaphern und Wendungen zu umgehen, die einer linearen, fortschrittsgläubigen Perspektive auf die Prozesse des sozi-

27 M. Buchowski: *Rethinking Transformation*, S. 9-10.

28 M. Buchowski: *Rethinking Transformation*; K. Verdery: *What Was Socialism?*; Peter Niedermüller: »Ethnographie Osteuropas: Wissen Repräsentation, Imagination. Thesen und Überlegungen«, in: Konrad Köstlin/Herbert Nikitsch (Hg.) *Ethnographisches Wissen zu einer Kulturtechnik der Moderne*, Wien: Selbstverlag des Instituts für Volkskunde 1999, S. 42-67.

alen Wandels in Osteuropa immanent sind, indem sie die Transformation als Übergang vom Sozialismus zum Feudalismus beschreibt.²⁹

Wie Verdery kritisiert auch Zygmunt Bauman die Idee einer kapitalistischen Gesellschaftsordnung als scheinbar natürliches Ziel der postsozialistischen Transformation: »Keiner weiß, wie lange sie dauert, wo sie endet und was man von ihr halten soll.«³⁰ Auf seiner »Suche nach der postkommunistischen Gesellschaft«³¹ benutzt Bauman das Bild einer *rite de passage*,³² um Transformation als Wandel von einer gesellschaftlichen Struktur zu einer anderen zu erklären, wobei für ihn zwischen die Strukturen ein besonderer Zustand des Übergangs – der Liminalität – tritt. Die postkommunistischen Gesellschaften befänden sich demnach in einer liminalen Situation des Dazwischen, ohne dass offensichtlich wäre, ob oder gegebenenfalls wann sie diesen Zustand hinter sich lassen könnten und was das Ergebnis des Übergangs wäre. Doch auch die Metaphern der *rite de passage* und der Liminalität erweisen sich in Bezug auf die postsozialistischen Transformationsprozesse als problematisch, können sie doch für eine Rhetorik der Ausgrenzung instrumentalisiert werden. Diese Rhetorik bewirkt, dass die osteuropäischen Gesellschaften in wissenschaftlichen Untersuchungen und Medienberichten häufig in einer nicht enden wollenden Übergangsphase (Liminalität) befangen scheinen. Sie gelten dann als nicht voll- oder gleichwertige Länder, die einen immerwährenden Nachholbedarf aufweisen.

Zur Krise der Postsozialismusforschung

Heute, mehr als zehn Jahre nach dem Erscheinen von Klassikern der Postsozialismusforschung wie Verderys *What Was Socialism and What Comes After?* (1996), werden die Richtungen und Formen des Wandels in Osteuropa deutlicher; zumindest lassen sie sich nun genauer analysieren. Nach wie vor jedoch ist eine kritische Auseinandersetzung mit methodologischen Fragen unabdingbar, weshalb ich mich in meiner Studie der von Verdery veranschlagten Perspektive auf Transformation anschließen will: »To assume that we are witnessing a transition from socialism to capitalism, democracy or

29 Vgl. K. Verdery: *What Was Socialism?*, S. 208.

30 Zygmunt Bauman: »Auf der Suche nach der postkommunistischen Gesellschaft – das Beispiel Polen«, in: *Soziale Welt. Zeitschrift für sozialwissenschaftliche Forschung und Praxis* 44/2 (1993), S. 157-176, hier S. 159.

31 Ebd.

32 Das Konzept der *rite de passage* wurde von dem französischen Ethnologen Arnold van Gennep beschrieben und später von Victor W. Turner weiterentwickelt. Siehe: Arnold van Gennep: *The Rites of Passage*, London: Routledge und Kegan Paul 1960, S. 2-3; Victor W. Turner: *The Forest of Symbols*, Ithaca, NY: Cornell University Press 1967.

market economies is mistaken.«³³ Anzunehmen wäre demnach, dass im Zuge der Transformationen in den ehemals sozialistischen Gesellschaften soziale Strukturen und kulturelle Bedeutungen entstanden sind, die gewiss nicht pauschal jenen westlicher Gesellschaften gleichen.

Anstelle des Begriffs des Übergangs (Transition) wird heute in kritisch reflektierten Studien zum Postsozialismus das Konzept der Transformation bevorzugt, das Wandel als kontinuierlichen Prozess fasst und die Offenheit seiner Ziele und Folgen unterstreicht. Doch die kritische Auseinandersetzung mit Konzepten wie Transition und Transformation zieht weitere Fragen nach sich, welche die Legitimität der Postsozialismusforschung thematisieren: »How many roads must the post-socialist countries go down, before you call them non post-communist?«³⁴ De facto macht sich in der gegenwärtigen Fachdiskussion eine Krise der anthropologischen und ethnologischen Postsozialismusforschung bemerkbar. Auf der einen Seite scheint das »magische Datum« 1989 immer noch eine Aura aufzuweisen, die das »bilanzierende Nachdenken« in den Kategorien des Davor und Danach, des Bruches und der Kontinuität geradezu zur »moralischen Pflicht werden lässt«.³⁵ Im wissenschaftlichen Alltag handelt es sich dabei oft weniger um eine moralische Pflicht, als um eine Überlebensstrategie in einem Umfeld, das vorwiegend an der Bewertung von Unterschieden zwischen Vergangenheit und Gegenwart, Ost und West, Sozialismus und Postsozialismus interessiert ist. Ethnologen befinden sich somit häufig in einer Situation, in der sie problematische Konzepte aus forschungspolitischen Gründen verteidigen müssen. Auf der anderen Seite wird aus den eigenen Reihen gefragt, inwiefern und wie lange noch von einer *postsocialist condition* die Rede sein kann. Verlieren Begriffe wie Transformation, Transition und Postsozialismus nicht deutlich an wissenschaftlichem Wert? Und inwiefern essentialisiert, ja produziert die Beschreibung sozialer Prozesse in den osteuropäischen Gesellschaften als Bruch und Wandel erst die damit suggerierten Unterschiede zwischen Ost und West? Rasch wird man sich bewusst, dass die Sozialwissenschaften – Ethnologie und Anthropologie inbegriffen – »handelnde Wissenschaften« sind, die selbst zur »sozialen Praxis« werden und gesellschaftliche Entwicklungen aktiv mitgestalten können.³⁶

33 K. Verdery: What Was Socialism?, S. 16.

34 M. Buchowski: Rethinking Transformation, S. 9.

35 Wolfgang Kaschuba: Einführung in die Europäische Ethnologie, München: Beck 2006, S. 166.

36 Vlasta Jalusic, zitiert nach S. Hess: Globalisierte Hausarbeit, S. 55. Als Negativbeispiel wissenschaftlichen Handelns führt Sabine Hess den Umstand an, dass problematische modernisierungstheoretische Perspektiven auf die osteuropäische Transformation über Politikberatung in die Praxis getragen werden und sich in der Öffentlichkeit etablieren.

Wandel und Kontinuität, die grundlegenden Kategorien jeder ethnologischen Forschung, erweisen sich bei der Untersuchung postsozialistischer Kontexte mithin als besonders problematisch. Diese Problematik zeigt sich nicht nur im Blick auf das Untersuchungsfeld, sondern auch an der Wahl der Beobachterperspektive. Während es der soziale Wandel solcher Kontexte nahelegt, von Brüchen auszugehen, besteht die Gefahr, Kontinuitäten des gesellschaftlichen Lebens außer Acht zu lassen und Akteure zu exotisieren und auszugrenzen. Wenn sie solche Widersprüche reflektieren, begeben sich die Ethnowissenschaften in die Zwickmühle, ihre Forschung zu legitimieren und zugleich eingestehen zu müssen, dass die Postsozialismusforschung während der letzten fünfzehn Jahre keine klare Richtung genommen hat.³⁷ So bringt Chris Hann in der Einführung zu seinem Standardwerk *Postsozialismus* (2002) die Hoffnung zum Ausdruck, dass der Begriff »post-sozialistisch« trotz seiner »zunehmend mystischen Färbung« so lange relevant bleiben wird, »wie die Ideale, Ideologien und Praktiken des Sozialismus für das Verständnis der gegenwärtigen Lage den betroffenen Menschen als Bezugspunkt dienen«.³⁸ Caroline Humphrey weist im gleichen Band indes darauf hin, dass diese Hoffnung spätestens dann an Bedeutung verlieren wird, »wenn die unter dem sozialistischen Regime aufgewachsenen Generationen allmählich von der politischen Bühne verschwinden«.³⁹ Doch der Zeitpunkt dieser Neuorientierung bleibt ungewiss. Mittlerweile wird von postsozialistischen Erfahrungen zweiter Generation gesprochen, Konferenzen werden zu diesem Thema organisiert und Studien verfasst.⁴⁰ Für die Legitimation der Postsozialismusforschung scheint diese Lösung vorübergehend auszureichen, und man kann nur rätseln, wie viele Generationen in Zukunft als postsozialistisch untersucht werden, bevor eine grundlegende Veränderung im Selbstverständnis der Forschung eintritt.

Im Verlauf meiner Untersuchung musste ich mich mit den immanenten Spannungen von Postsozialismusstudien kontinuierlich auseinandersetzen.

37 Katherine Verdery: »Wohin mit dem Postsozialismus?«, in: Chris Hann (Hg.), *Postsozialismus. Transformationsprozesse in Europa und Asien aus ethnologischer Perspektive*, Frankfurt/Main, New York: Campus 2002, S. 31-49, hier S. 32.

38 Chris Hann: »Vorwort«, in: Chris Hann (Hg.), *Postsozialismus. Transformationsprozesse in Europa und Asien aus ethnologischer Perspektive*, Frankfurt/Main, New York: Campus 2002, S. 7-10, hier S. 7.

39 Caroline Humphrey: »Ist ›postsozialistisch‹ noch eine brauchbare Kategorie?«, in: Chris Hann (Hg.), *Postsozialismus. Transformationsprozesse in Europa und Asien aus ethnologischer Perspektive*, Frankfurt/Main, New York: Campus 2002, S. 26-30, hier S. 29.

40 So organisierte z.B. das Nordic and East Central European Network for Qualitative Social Research (NECEN) in den letzten Jahren mehrere Konferenzen über die Erfahrungen der zweiten postsozialistischen Generation. Siehe www.necen.org vom 16. Juni 2008.

Zugleich betrat ich mit meiner in Litauen angesiedelten Studie ein ethnologisch und kulturalanthropologisch nahezu unerforschtes Gebiet. Vereinzelte kulturalanthropologische Monographien reflektieren zwar die Problematik der Postsozialismusforschung, ebenso wie verstreute Aufsätze, die sich thematisch auf den gesellschaftlichen Kontext Litauens beziehen.⁴¹ Doch allein schon aufgrund ihres geringen Umfangs vermag diese Forschung weder die sozialen Brüche und Kontinuitäten der letzten Jahre ausreichend darzustellen, noch kann sie eine nachhaltige Diskussion zur Konzeption der postsozialistischen Transformation anstiften. Die wenigen soziologischen oder politologischen Untersuchungen zu Litauen, die meiner Forschung nahestehen, beruhen auf einem transitologischen Verständnis, das den gesellschaftlichen Wandel in Litauen ausschließlich als linearen Fortschritt begreift; das gleiche gilt im übrigen für journalistische Darstellungen.⁴² So musste ich nach einem ethnologischen Zugang suchen, ohne mich auf brauchbare Vorarbeiten stützen zu können. Außerdem erwies es sich als unumgänglich, Kategorien zu hinterfragen, die in meinem Forschungsfeld als gegeben vorausgesetzt werden. Zum Beispiel stellte ich mir während meiner Feldforschung in Vilnius immer wieder die Frage, ob es nicht an der Zeit wäre, die oben zitierte Prognose Chris Hanns zur Gültigkeit des Begriffs »postsozialistisch« umzukehren und stattdessen danach zu fragen, für wie viele Menschen in Osteuropa der Sozialismus bereits *nicht mehr* als Bezugspunkt für das Verständnis ihrer gegenwärtigen Lage dient?

Es ist anzuzweifeln, dass Fragen nach dem Verhältnis von Bruch und Kontinuität oder nach der Adäquatheit des Forschungsansatzes, wie sie sich im Zuge einer reflexiven ethnologischen Forschung postsozialistischer Kontexte stellen, endgültig zu beantworten sind. Ausschlaggebend scheint mir das Bewusstsein, dass Zwecksetzungen die Kategorien von Bruch, Wandel und Kontinuität in ihrer jeweiligen Abfolge arrangieren, dass sie also eine kulturelle Konvention der Betrachtung und »einen ausgesprochen zeitabhängigen Deutungsrahmen«⁴³ schaffen. Die Distanzierung von der eigenen Perspektive, die im Bereich der Postsozialismusforschung besonders wichtig ist, führt einen historischen Blick nicht nur auf das zu Erforschende, sondern auch auf die Forscherin selbst mit sich.

41 Vgl. Pernille Hohnen: *A Market Out of Place? Remaking Economic, Social, and Symbolic Boundaries in Post-Communist Lithuania*, Oxford: Oxford University Press 2003; Neringa Klumbytė: *Ethnography of Voting: Nostalgia, Subjectivity, and Popular Politics in Postsocialist Lithuania*, University of Chicago: unveröff. Diss. 2006.

42 Beispiele hierfür sind etwa in den litauischen Fachzeitschriften *Sociologija* und *Politologija* zu finden.

43 W. Kaschuba: Einführung, S. 169.

Wissenshierarchien

»The Cold War was also a form of knowledge and a cognitive organisation of the world. It laid down the coordinates of a conceptual geography grounded in East vs. West. [...] Inevitably, the Cold War as context fundamentally influenced all scholarship on «real socialism», and especially scholarship in the U.S.«⁴⁴ So beschreibt Katherine Verdery den Hintergrund der »Entdeckung« Osteuropas als kulturanthropologischem Forschungsfeld. Während die klassische, regional organisierte Anthropologie mit ihrem Interesse an der Erforschung exotischer Regionen Studien in (West-)Europa lange als »excuse for a holiday«⁴⁵ betrachtete, erschienen die sozialistischen Gesellschaften Osteuropas im Kontext des Kalten Krieges »fremd genug«, um für solche Forschungen tauglich zu gelten. Noch in den 1970er und 1980er Jahren waren diese Länder den Anthropologen kaum mehr vertraut als Neuguinea – ein perfektes, exotisches »utter other«⁴⁶ für junge, aufstrebende Anthropologen, wie Verdery im Blick auf ihre eigene Karriere resümiert. So wurden die in Zeiten des Kalten Krieges gültigen grundsätzlichen Differenzen zwischen Ost und West natürlich auch von Kulturanthropologen konstruiert. Peter Niedermüller zufolge führte jede anthropologische Studie im damaligen politischen Kontext notwendig zu einer Gegenüberstellung der politischen Systeme von Sozialismus und Kapitalismus.⁴⁷

Auch der volkskundlichen Tradition verbundene Fächer wie die Europäische Ethnologie trugen auf ihre Weise zur Konstruktion von Unterschieden zwischen Ost- und Westeuropa bei, indem sie die seit der Aufklärung existierenden Bilder des Ostens als primitiver, archaischer Region Europas, als »internal other«⁴⁸ wiederbelebten. Wie Sabine Hess bemerkt, blieben diese Fächer, die ihr Ziel in der Erforschung des Eigenen sehen, bis in jüngste Zeit auf die Kulturraumforschung fixiert.⁴⁹ Solche vor Jahrzehnten entstandenen

44 K. Verdery: What Was Socialism?, S. 4-5.

45 Susan Parman: »Introduction: Europe in the Anthropological Imagination«, in: Susan Parman (Hg.), Europe in the Anthropological Imagination, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall 1998, S. 1-16, hier S. 1.

46 A. David Kideckel: »Utter Otherness: Western Anthropology and East European Political Economy«, in: Susan Parman (Hg.), Europe in the Anthropological Imagination, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall 1998, S. 134-147.

47 Vgl. P. Niedermüller: Ethnographie Osteuropas, S. 51.

48 Trenholme Junghans: »Marketing Selves. Constructing Civil Society and Selfhood in Postsocialist Hungary«, in: Critique of Anthropology 21/4 (2001), S. 383-400.

49 Vgl. S. Hess: Globalisierte Hausarbeit, S. 67. Ich möchte hinzufügen, dass die postsozialistischen Transformationen in der modernen deutschen Volkskunde und Ethnologie (mit Ausnahme der DDR-Forschung) bislang wenig Aufmerksamkeit erfahren haben; dies macht es schwierig, von einer Tradition der (Post-) Sozialismusforschung dieser Fächer zu sprechen.

Forschungstraditionen sind also oft mehr den Kontinuitäten als dem Wandel verpflichtet, trotz der raschen gesellschaftlichen Veränderungen, die sie zu erforschen suchen.

Hess zufolge unterscheidet sich die Tradition der englischsprachigen Anthropologie von jener der deutschsprachigen Ethnologie darin, das erstere Brüche zwischen Sozialismus und Postsozialismus voraussetzt und untersucht, während letztere sich auf die Suche nach Kontinuitäten im Wandel be gibt, die sie dann als Erbe der sozialistischen Vergangenheit analysiert. Beide Traditionen bedürfen laut Hess einer kritischen Betrachtung, da sie die Tendenz aufweisen, Transformation (im Sinne der Modernisierungstheorien) als linearen, auf Fortschritt ausgerichteten Prozess zu begreifen. Entsprechend wird der Postsozialismus als eine soziale und kulturelle Existenz verstanden, »die völlig durch die Tatsache bestimmt und definiert ist, dass sie ›post‹ ist (hinterher kommt) und überwältigt ist vom Bewusstsein, sich in einer solchen Lage zu befinden.«⁵⁰ Das Etikett »Post-« in Bezug auf den Sozialismus und das »noch nicht« in Bezug auf den osteuropäischen Kapitalismus geben Anlass, von einer verspäteten oder nachholenden Modernisierung zu sprechen und Ausgrenzung zu betreiben. Hess sieht hier eine »unausgesprochene Arbeitsteilung« am Werk zwischen der transitologisch argumentierenden Politikwissenschaft und Soziologie einerseits sowie der Anthropologie und Ethnologie andererseits:

Während sich kulturalanthropologische Forschungen auf einer argumentativen Ebene von Makrostrukturanalysen wie etwa der Modernisierungstheorie abgrenzen, produzieren sie doch gerade in ihrem mikroanalytischen, ethnographischen Forschungsfokus ein kulturelles Wissen mit, das anschlussfähig ist an einen modernisierungstheoretischen Kulturalismus.⁵¹

Es gelingt mithin nur wenigen Forschern, Wissen zu produzieren, das sich von modernisierungstheoretischen kulturalistischen Ansätzen deutlich genug distanziert und neue Perspektiven eröffnet.

Wichtig scheinen mir in dieser Hinsicht vor allem drei Aspekte zu sein. Erstens halte ich es für unabdingbar, die postsozialistische Transformation aus dem »Ghetto der Osteuropaforschung«⁵² zu befreien und als transnationalen Prozess zu begreifen, der sich auf beiden Seiten des ehemaligen Eisernen Vorhangs vollzieht (wiewohl auf unterschiedliche Weise) und untersucht werden kann. Man muss berücksichtigen, dass sich ost- wie westeuropäische Gesellschaften im Zuge der Transformation gleichermaßen kontinuierlich

50 Zygmunt Bauman: *Moderne und Ambivalenz. Das Ende der Eindeutigkeit*, Frankfurt/Main: Fischer 1996, S. 333.

51 S. Hess: *Globalisierte Hausarbeit*, S. 56.

52 Vgl. K. Verdery: *Wohin mit dem Postsozialismus?*, S. 39.

verändern, und dass nicht vom Vorbild einer kapitalistischen oder postsozialistischen Gesellschaftsordnung auszugehen ist. Soziale, politische, ökonomische und andere Veränderungen, die zunächst als Folgen des postsozialistischen Wandels untersucht werden, müssen auch zu anderen aktuellen Formen des gesellschaftlichen Strukturwandels, wie beispielsweise der Europäisierung oder Globalisierung in Bezug gesetzt werden. Zweitens halte ich eine Erforschung konkreter sozialer Praxen und ihrer kulturellen Repräsentationen für produktiv, welche die Vielschichtigkeit und Komplexität gesellschaftlichen Wandels darstellt, indem sie das parallele Bestehen verschiedener, auch gegensätzlicher Prozesse und Phänomene unterstreicht. Um die Wissenshierarchien und Beobachtungskonventionen der Postsozialismusforschung zu hinterfragen, ist es erforderlich, die postsozialistische Transformation stets als »Gleichzeitigkeit des scheinbar Ungleichzeitigen«⁵³ zu betrachten. Dafür ist, drittens, der kritische Blick der Forscherin auf die eigene Perspektive vonnöten, der das »empirische Nebeneinander eines theoretischen Nacheinander«⁵⁴ reflektieren lässt. Ich habe damit knapp die methodologischen Ziele umrissen, an denen ich mich in den folgenden Kapiteln orientieren werde.

53 Vgl. Ernst Bloch: Gespräch über Ungleichzeitigkeit, in: Hans Magnus Enzensberger/Karl Markus Michel/Harald Wieser (Hg.), Kursbuch 39, Berlin: Rotbuch 1975, S. 1-9.

54 W. Kaschuba: Einführung, S. 177.

(Miss-)Erfolge einer ›einheimischen‹ Ethnographin

Ich befinde mich mitten in meinem Forschungsfeld und mitten in meiner Heimatstadt Vilnius, in einem italienischen Restaurant namens Antonio. Das Restaurant liegt in der Altstadt, flankiert von zwei schmalen und befahrenen Gassen. Vor fünfzehn Jahren, als ich noch in Vilnius wohnte, gab es kein Restaurant an dieser Ecke, und bei späteren Besuchen, als ich die neuen Gaststätten als Zeichen des allgemeinen gesellschaftlichen Wandels zu erkunden begann, hatte ich dies unauffällige und von Neureichen frequentierte Lokal übersehen.

Das Antonio scheint mir auch heute Abend in keiner Hinsicht außergewöhnlich. Die Einrichtung ist so unbestimmt wie die gelbe Wandfarbe. Über der Bar hängt ein Fernseher; junge Kellnerinnen in kurzen schwarzen Röcken mustern gelangweilt ihre Gäste. Die Preise liegen für litauische Verhältnisse etwas über dem Durchschnitt, sind jedoch im Vergleich zu Deutschland akzeptabel. Bemerkenswert scheint mir nur jenes Ereignis zu sein, über das ich kurz vor meiner Abreise nach Vilnius zufällig in einem litauischen Online-Magazin gelesen habe: dass kürzlich ein Geschäftsmann beim Verlassen des Restaurants von einem auf dem Dach des gegenüberliegenden Hauses platzierten Scharfschützen erschossen worden sei.

Es handelt sich um einen meiner ersten Besuche im Antonio und ich kann noch nicht ahnen, dass dieses Restaurant zum vertrauten, ja zentralen Ort meiner Feldforschung werden wird. Heute Abend freue ich mich, dass mich meine Informantin Alma⁵⁵ zu einem Treffen mit ihren Freundinnen einlädt, und ich wundere mich, dass sie sich gerade dieses Restaurant dafür ausgesucht hat. Wie Alma (und später auch andere Gesprächspartner) mir erzählen,

55 Die Namen aller interviewten oder beschriebenen Personen wurden anonymisiert. Die im Original litauischen Zitate wurden von mir ins Deutsche übertragen.

treffen sie sich immer »in unserem Büro«, wie sie das Antonio nennen: abends wie in der Mittagspause, zu Geschäftsessen und selbst sonntags zum Frühstück, so dass sie dort stets einen Tisch und Rabatt erhalten. Bei einem unserer späteren Treffen vertraut mir Dana an, sie würde für das Essen im Antonio so viel Geld ausgeben, dass sie sich dafür monatlich einen Mantel von Armani kaufen könnte, das hätte sie sich einmal ausgerechnet.

Nach und nach treffen Alma und ihre Freundinnen ein, wohlhabende, beruflich erfolgreiche Frauen zwischen Mitte zwanzig und Mitte dreißig, von denen mir einige aus den Kolumnen der Frauen- und Lifestyle-Magazine bekannt vorkommen: Dana, die Rechtsanwältin; Dalia und Ieva, ehemals Managerinnen transnationaler Unternehmen, die vor kurzem gemeinsam eine Werbeagentur eröffnet haben; Irma, eine Stilberaterin, die sich auf die Organisation exklusiver Reisen spezialisiert hat; Daiva, eine Talkshowmoderatorin; Alma, eine Popsängerin, die nebenbei Management an einer Privatuniversität studiert.

Im Verlauf unserer Gespräche wird deutlich, wie wichtig es für sie ist, dem Image erfolgreicher und unabhängiger Frauen zu entsprechen. Später erfahre ich aber auch, dass die meisten von ihnen Freundinnen, Ehefrauen oder Töchter betuchter Geschäftsleute sind oder sogar Enkeltöchter sozialistischer Parteibonzen und Fabrikdirektoren. Ins Antonio kommen sie gepflegt und in geschmackvoller Kleidung; sie tragen teure neue Ledertaschen, Designermode, hochhakige Schuhe und professionell aufgelegtes Make-up. Die Freundinnen begrüßen einander, würdigen gegenseitig ihr Aussehen und plaudern über gemeinsame Erfahrungen und Bekanntschaften, wie es alte und gute Freundinnen eben tun ... Ich bin begeistert, mit dabei zu sein, ihre Gespräche zu verfolgen und mich nicht in der üblichen Interviewsituation zu befinden. Dana sagt, sie habe den ganzen Tag gearbeitet, sei in Eile gewesen und hätte keine Zeit gefunden, sich passend einzukleiden. »Wie sehe ich denn aus?« fragt sie in die Runde. »Wie eine wissenschaftliche Mitarbeiterin!« rufen die anderen und lachen laut und vergnügt.

Wie eine wissenschaftliche Mitarbeiterin? Plötzlich fühle ich mich nicht mehr ganz so wohl, auch wenn ich verstehe, dass es sich offensichtlich um einen unter den Frauen kursierenden Witz handelt und sie noch nicht wissen können, in welcher Funktion ich heute Abend dazugestoßen bin.

In der Anthropologie und Ethnologie besteht heute Einigkeit darüber, dass die Reflexion der eigenen persönlichen und fachlichen Herkunft und der damit zusammenhängenden Machtkonstellationen zur ethnologischen Forschung konstitutiv dazugehört.⁵⁶ Kontrovers diskutiert wird jedoch, welches Ausmaß und welche Art von (Selbst-)Reflexion notwendig sind, kann diese,

56 Diese Sichtweise etablierte sich vor allem im Kontext der Writing Culture-Debatte. Siehe z.B.: James Clifford (Hg.), *Writing Culture. The Poetics and Politics of Ethnography*, Berkeley: University of California Press 1986.

wie Michael Herzfeld zurecht bemerkt, doch endlos betrieben und zur bloßen Selbstbetrachtung werden.⁵⁷ Mir geht es hier um einen reflexiven Blick, der nicht nur auf die Forscherin selbst gerichtet ist, sondern auch den kulturellen Kontext ihrer Forschung beobachtet und damit den Prozess der Produktion ethnographischen Wissens kritisch zu hinterfragen hilft.

Wie bei jeder anderen Studie, die postsozialistische gesellschaftliche Kontexte untersucht, gehört in das Spektrum solcher Überlegungen insbesondere auch die Kritik an den historisch gewachsenen Bildern Osteuropas als einer rückständigen Region, das Bewusstsein der Dominanz westlicher Forschungsansätze und die bereits im letzten Kapitel eingeleitete Problematisierung des Begriffs »postsozialistisch«. Überdies muss der reflexive Blick die dialogische Situation einer Ethnographie moderner Gesellschaften vor Augen stellen, in der die Wissenschaftlerin wie auch die erforschten Personen auf je eigene Weise zu Experten, Informanten, Lesern und Ko-Interpreten der Studie werden: »We could not write the texts without our informants; but we could not write those texts without ourselves, either – and our practices, like theirs, have histories that are embedded in our actions and attitudes, and in the ethnographies that we write.«⁵⁸

Zuhause im Feld

In der Einleitung zu ihrem Standardwerk *What Was Socialism and What Comes Next?* (1996) beschreibt die amerikanische Kulturanthropologin und (Post-)Sozialismusforscherin Katherine Verdery das im Kontext des Kalten Krieges entstandene, politische und wissenschaftliche Interesse am damals sozialistischen Osteuropa: »In the most general sense, research there at that time was possible only because a Cold War was in progress and had awakened interest in the region [...].«⁵⁹ Am Beispiel ihrer eigenen wissenschaftlichen Karriere zeigt sie, wie die »Entdeckung« des sozialistischen Ostens amerikanische Kulturanthropologen vom Zwang befreite, entfernte exotische Länder bereisen zu müssen, und wie sie ihnen die Möglichkeit bot, quasi vor der eigenen Haustür in Europa zu forschen, ohne dass ihr Forschungsfeld als nicht fremd genug abgewertet worden wäre. Denn »Eastern Europe was less known to anthropology than was New Guinea; this meant that any research there, even if not prestigious, would at least be »pioneering«.«⁶⁰ Im Zuge dieser Neuausrichtung des anthropologischen Blicks auf (Ost-)Europa wurde vor allem unter US-amerikanischen Kulturanthropologen eine Debatte

57 M. Herzfeld: *Antropology*, S. 45-48.

58 Ebd., S. 49.

59 K. Verdery: *What Was Socialism*, S. 5.

60 Vgl. ebd.

zur »Anthropology at home« geführt, die nach den Vor- und Nachteilen des Forschens »zu Hause« (im Westen) sowie nach der spezifischen Situation der »einheimischen Ethnographin« (*native ethnographer*) fragte.⁶¹ Diese Debatte entwickelte sich zu einer allgemeineren Diskussion über das Selbstverständnis der Anthropologie und der ihr verwandten Disziplinen, die Fragen nach dem Sinn und Zweck ethnographischer Forschung in der globalisierten Welt aufwarf, die Stabilität von tradierten Kategorien des Wir und Sie, Eigen und Fremd hinterfragte und das Zuhause sein als flüchtigen und kontextabhängigen Zustand beschrieb: »How does one *know* when one is at home? [...] Where are the boundaries of one's ›home-culture‹, once culture has been dismantled as an entity and rediscovered as an analytic perspective?«⁶²

Selbst wenn die Europäische Ethnologie im Gegensatz zur amerikanischen Kulturanthropologie traditionell »eigene« kulturelle Kontexte erforscht hat, ist die Perspektive auf Osteuropa als das im Eigenen aufzuspürende Fremde und Exotische (oder zurückgebliebene Ursprüngliche) auch dieser Disziplin vertraut.⁶³ Im Blick auf die (Post-)Sozialismusforschung muss angemerkt werden, dass die Rede von Ethnologie und Anthropologie als klar abgegrenzter Disziplinen angesichts ihrer Verflechtungen und gegenseitigen Einflüsse kaum mehr möglich und sinnvoll ist.⁶⁴ In der heutigen ethnologischen Postsozialismusforschung finden sich Einflüsse der angloamerikanischen Kulturanthropologie neben herkömmlichen Exotisierungen Osteuropas und den im Kalten Krieg etablierten problematischen Erforschungslogiken (post-)sozialistischer Gesellschaften. Als Merkmal der Exotisierung hat Peter Niedermüller etwa die in der ethnologischen Postsozialismusforschung häufige Annahme kritisiert, dass nur einheimische Wissenschaftler die postsozialistischen osteuropäischen Gesellschaften umfassend verstehen und erforschen könnten.⁶⁵ Wie Akhil Gupta und James Ferguson beobachten, wird durch solche Vorannahmen die grundsätzlich hybride Identität der Ethnogra-

61 Siehe z.B.: Anthony Jackson (Hg.), *Anthropology at Home*, London: Tavistock 1987; Donald A. Messerschmidt (Hg.), *Anthropologists at Home in Northern America. Methods and Issues in the Study of One's Own Society*, Cambridge: Cambridge University Press 1981.

62 Kirsten Hastrup: *A Passage to Anthropology. Between Experience and Theory*, London, New York: Routledge 1995, S. 151. Hastrup nimmt Bezug auf Marilyn Strathern: »The Limits of Auto-Anthropology«, in: Anthony Jackson (Hg.), *Anthropology at Home*, London: Tavistock 1987, S. 16-37.

63 Vgl. P. Niedermüller: *Ethnographie Osteuropas*.

64 Der größte Teil der in Deutschland bekannten Forschung zum (Post-) Sozialismus ist an ethnologischen und anthropologischen Instituten der USA und Großbritanniens entstanden oder stark von deren Ansätzen beeinflusst. Eine Ausnahme bildet natürlich die Forschung zum Sozialismus und Postsozialismus in (Ost-)Deutschland, die vorrangig von deutschsprachigen Wissenschaftlern vorangetrieben wird.

65 P. Niedermüller: *Ethnographie Osteuropas*, S. 54.

phin aufgespalten und naturalisiert, indem ihre ethnisch nationale Zugehörigkeit – ihr Einheimischsein (*I native*) vor ihre fachlich-disziplinäre Zugehörigkeit (*I ethnographer*) gestellt wird.⁶⁶ Die in der »Anthropology at home«-Debatte aufgeworfenen Fragen sind also auch im Kontext ethnologischer Forschung in und zu Osteuropa relevant.

Für eine in Deutschland ausgebildete und dort lebende Ethnologin wie mich, die zur Feldforschung in ihre Heimatstadt Vilnius reiste, lagen die praktischen Vorteile des Einheimischseins zunächst auf der Hand. Weder musste ich die schwierige litauische Sprache erlernen noch eine Wohnung finden; ich kannte die Straßen der Stadt und hatte Freunde und Bekannte, die mir Kontakte vermitteln und Informationen geben konnten. Doch während der knapp fünfzehn Jahre, in denen ich Vilnius lediglich für einige Wochen im Urlaub besucht hatte, hatten sowohl die Stadt als auch die Gesellschaft eine umfassende Transformation durchlaufen, die mir während meiner kurzen Besuche nicht in vollem Umfang bewusst geworden war. Diese Veränderungen werden heute überall, selbst in den einfachsten Dingen und alltäglichen Routinen sichtbar. So gab es, um nur einige Beispiele zu nennen, vor fünfzehn Jahren keine Shopping Malls in Litauen, keine Geldautomaten, keine westlichen Autos, keine Werbung und keine Mobiltelefone. Es gab nicht einmal Bezeichnungen für viele der nun unverzichtbaren Alltagsgegenstände. In Vilnius angekommen, wusste ich zunächst also wenig über tägliche Routinen und Gebrauchsgegenstände, oft nicht einmal, wie sie auf Litauisch hießen, geschweige denn, wie sich die Menschen zu ihnen verhielten.

Zu meiner Fremdheit in der »eigenen« Gesellschaft trug die Tatsache bei, dass ich im Feld vorwiegend als Ausländerin (oder zumindest als »exotische Grenzgängerin«) empfangen wurde. Im Laufe meiner Forschung konnte ich mich oft genug davon überzeugen, dass eben die »ausländische« Seite meiner Person – meine Migrationsgeschichte, mein deutscher Nachname oder der noch aus der sozialistischen Zeit datierende gute Ruf der Humboldt-Universität⁶⁷ – mich als Gesprächspartnerin für meine Informanten interessant machte und mir die Türen öffnete. Auch das erwähnte journalistische Interesse an meiner Person und meiner Forschung hing damit zusammen. Mehrmals wurde ich von Journalisten kontaktiert, die an meiner Studie ebenso interessiert waren wie an meiner Lebensgeschichte. Ihre Darstellungen hoben die »ausländischen« Aspekte meiner Person hervor und bezeichneten mich als »Anthropologin aus Berlin« (im Blick auf meinen Beruf) oder als »Emigrantin der Lie-

66 Vgl. Akhil Gupta/James Ferguson (Hg.), *Anthropological Locations. Boundaries and Grounds of a Field Science*, Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press 1997, S. 86-101.

67 Da eine Ausbildung im Westen damals so gut wie unmöglich war, galt ein Studium an der Humboldt-Universität als das Beste, was man erreichen konnte.

be« (in Bezug auf mein Privatleben).⁶⁸ Kontakte zu litauischen Sozialanthropologen und anderen Sozialwissenschaftlern machten mir bewusst, dass ich mit meinem Forschungsthema innerhalb der lokalen wissenschaftlichen Gemeinschaft eine Außenseiterrolle einnahm, setzten Wissenschaftler vor Ort doch andere thematische Schwerpunkte und Prioritäten.⁶⁹ Mit meinem Blickwinkel und meinem theoretischen Ansatz war ich eindeutig in der deutschsprachigen Ethnologie zuhause.

Zu den vielfältigen Selbst- und Fremdwahrnehmungen meiner Person im Feld gehörte auch meine Zugehörigkeit zu einem »neuen« Nachwende-Phänomen. Ich war eine von vielen WissenschaftlerInnen, die in Westeuropa oder den USA ausgebildet worden waren und nun zu Forschungszwecken nach Litauen zurückkehrten – sei es aus persönlichem Interesse, mit dem Ziel einer professionellen Profilierung als Expertin für Osteuropa, aufgrund praktischer Vorteile oder anderen Gründen. Ich war Teil einer grenzüberschreitenden Bewegung, die in den litauischen Medien als Problem des Intellektabflusses (*brain drain*) galt, und wurde damit zu einer Adressatin von Projekten und Programmen, die mit dem Ziel ins Leben gerufen worden waren, den in der Welt verstreuten »litauischen Intellekt« zurück nach Hause zu holen.⁷⁰

68 Eglė Černiauskaitė: »Antropologijos pamokos Berlyne« [Anthropologiestunden in Berlin], in: Laima [Frauenzeitschrift], Nr. 2 (137) Februar 2005, S. 48-51; Audrius Musteikis: »Specialioji lietuviatės iš Berlyno užduotis« [Die Spezialaufgabe einer Litauerin aus Berlin], in: Lietuvos Žinios [Tageszeitung Nachrichten Litauens] vom 15. Januar 2005, S. 19; Sniegulė Davidavičienė: »Asta Vonderau tyrinėja Lietuvos elitą« [A.V. untersucht die litauischen Eliten], in: TV per savaitę [Fernsehzeitschrift Fernsehwoche] vom 22. September 2005, S. 8-9; Brigita Balikienė: »Gyvenimo čempionai. Lietuvos elites po mikroskopu« [Gewinner des Lebens. Die litauische Elite unter dem Mikroskop], in: Istorijos [People-Magazin Geschichten], Januar 2006, S. 16-23; Aurelija Vernickaitė/Eugenija Grižibauskienė: »Ambicijų genami« [Von Ambitionen getrieben], in: Veidas vom 16. März 2006, S. 38-43.

69 Litauische Sozialanthropologen beschäftigen sich vor allem mit den Themen Identität und Migration, während sich Soziologen und Politikwissenschaftler mit Themen wie der Zivilgesellschaft, Informationsgesellschaft, der EU und NATO auseinandersetzen. Diese Schwerpunkte liegen nahe, weil viele Bereiche des politischen, ökonomischen und sozialen Lebens in Litauen nicht ausreichend erforscht sind und vor allem angewandte Forschung gefragt ist (etwa im Bereich der Politikberatung). Hinzu kommt ein ökonomischer Aspekt des akademischen Lebens, die Tatsache nämlich, dass sich mit rein akademischen Tätigkeiten nur ein Existenzminimum sichern lässt.

70 In den litauischen Medien ist das Thema seit drei bis vier Jahren aktuell. Zur Zeit meiner Feldforschung begannen intensivere politische und öffentliche Diskussionen über die Folgen der Abwanderung qualifizierter Arbeitnehmer. Mittlerweile sind Programme und öffentliche Foren eingerichtet worden, mit deren Hilfe nach Lösungen für diese problematische Entwicklung gesucht wird. Siehe dazu etwa www.sugrizimai.lt vom 22. November 2007.

Wiederholt haben Ethnologen und Anthropologen die Widersprüchlichkeit der verschiedenen gleichzeitigen Zugehörigkeiten (*belongings*) von ›einheimischen‹ ForscherInnen beschrieben: »›Native‹ in Bulgaria, but a ›stranger‹ in the Bulgarian village, an ethnic foreigner in another country, but ›one of us‹ in the Balkans, a bearer of the local culture, but not of its traditional version, educated in a certain country, but not committed to its national idea [...]:« So beschreibt die bulgarische Ethnologin Iveta Todorova-Pirgova den situativen Charakter von Zugehörigkeiten und die Relativität dessen, was man für eigen und fremd hält.⁷¹ Auch ich will meine Situation hier nicht als Sonderfall beschreiben, sondern die Konstruiertheit von Vorannahmen hervorheben, die eine Forscherin in ihrem Forschungsfeld begleiten. Die nationale ethnische Herkunft der Forscherin stellt dabei nur eine von vielen Zugehörigkeiten (wie Gender, Generation, soziale Herkunft, disziplinäre Tradition, theoretische Perspektive usw.) dar, die *jede* ethnologische Forschung mit beeinflussen. Die Situation eines *native ethnographer* bringt zwar praktische Erleichterungen, garantiert aber gewiss nicht die höhere Qualität wissenschaftlicher Erkenntnisse:

The native point of view should not be conflated with the anthropological vision. [...] While all of us are natives of some social space or other, there is no way in which one can claim privileged access to *anthropological* knowledge – except by being native to anthropology.⁷²

Für ein in Osteuropa durchgeführtes Forschungsvorhaben, das sich mit post-sozialistischen Transformationsprozessen beschäftigt, ist ein Ansatz notwendig, der klar zwischen der methodologisch-analytischen Konzeption des Vorhabens, den territorialen Zugehörigkeiten der Forscherin und anderen Vorannahmen über ihr Forschungsfeld unterscheidet.⁷³ Um die Falle der heute noch wirksamen, pauschalisierenden Vorstellungen des Ostens als dem ›anderen Europa‹ zu vermeiden, muss man zwar regionale Realitäten und Besonderheiten wahrnehmen, sich jedoch stets darüber bewusst bleiben, dass einen das In-

71 Vgl. Iveta Todorova-Pirgova: »Cultural Images of the Ethnic Groups and Ethnic Interrelation in the Balcans«, in: *Postsocialist Ethnography* 21/2 (1999), S. 182-199, hier S. 186.

72 K. Hastrup: *Passage to Anthropology* 1995, S. 159.

73 Wie Susan Parman bemerkt, führt das innerhalb der Osteuropaforschung häufig beobachtbare territoriale Verständnis des Forschungsfeldes zu einem undifferenzierten Blick auf die betroffenen Gesellschaften, die als Behältnisse für bestimmte Probleme betrachtet werden, ohne dass zwischen den sozialen Schichten, den städtischen und den ländlichen Gegenden, Generationen usw. unterschieden würde. Vgl. S. Parman: *Europe in the Anthropological Imagination*, S. 1-16.

teresse an der Erforschung eines *Problems* (und nicht eines Territoriums) in diese Region geführt hat.⁷⁴

Staatlich anerkannte Probleme⁷⁵

Während eines Interviews fragte ich Vincas, der schon in sozialistischen Zeiten Führungspositionen innehatte und nun als Generaldirektor eine Fabrik für Elektroteile leitete, ob ihn das Ende der Sowjetunion als Person und als Führungskraft verändert habe. »Was soll das heißen, wie mich das verändert hat?« fragte Vincas zurück und bemängelte, dass meine Frage eine »typisch westliche« sei. Solche Fragen würden ihm unter anderem von EU-Bürokraten und anderen Experten aus dem Westen gestellt: »Auch heute noch, vierzehn Jahre nach dem Ende der UdSSR, fragen die mich beispielsweise: ›Was machen sie, wenn sie Probleme in ihrer Fabrik haben?‹« Er habe beobachtet, dass in den fünfzig Jahren Sozialismus im Westen offensichtlich ein unzutreffender Eindruck über die Osteuropäer entstanden sei, demzufolge nicht nur das sozialistische System falsch, sondern auch die in diesem System sozialisierten Menschen dumm gewesen wären und falsche Entscheidungen getroffen hätten:

Auch heute noch denken die [die Westeuropäer] so, aber die Gesellschaft ändert sich. Die Bedingungen ändern sich und die Menschen spielen das Spiel nach den neuen Regeln. Es ist ja klar, dass sich die Leute insbesondere in der Wirtschaft umorientieren müssen, wo der freie Markt als erstes angekommen ist. Wer sich nicht umorientiert hat, ist bankrott gegangen. So einfach ist das. (Vincas)

Das Gespräch mit Vincas bildete einen der Momente meiner Forschung, die mich dazu bewegten, meine Fragen zu überdenken und meine Perspektive auf

74 Vgl. Jill Dubisch: »Europe Through the Back Door: Doing Anthropology in Greece«, in: Susan Parman (Hg.), *Europe in the Anthropological Imagination*, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall 1998, S. 34-45, hier S. 42.

75 Als »staatlich anerkannte Probleme« bezeichnet Bourdieu die dominanten und öffentlich anerkannten Fragestellungen der Wissenschaft. Chris Hann, Katherine Verdery und Caroline Humphrey diskutieren die Problematik etablierter Fragestellungen im Blick auf die postsozialistischen osteuropäischen Gesellschaften. Siehe Pierre Bourdieu: »Die Praxis der reflexiven Anthropologie. Einleitung zum Seminar an der École des hautes études et sciences sociales, Paris, Oktober 1987«, in: Pierre Bourdieu/Louic J.D. Wacquant: *Reflexive Anthropologie*, Frankfurt/Main: Suhrkamp 1996, S. 251-294, hier S. 271f; sowie Chris Hann/Caroline Humphrey/Katherine Verdery: *Einleitung: Der Postsozialismus als Gegenstand ethnologischer Untersuchung*, in: Christopher Hann (Hg.), *Postsozialismus. Transformationsprozesse in Europa und Asien in ethnologischer Perspektive*, Frankfurt/Main, New York: Campus 2002, S. 11-54.

das Feld zu hinterfragen. Denn aus Sicht meiner Informanten schien der Vergleich und Bezug der heutigen gesellschaftlichen Zustände und persönlichen Erfahrungen auf die sozialistische Vergangenheit längst nicht so zwingend, wie ich erwartet hatte. Im Laufe meiner Untersuchung wurde immer wieder deutlich, dass der ›Post-Sozialismus‹, wie einst der Sozialismus zu Zeiten des Kalten Krieges, zu den »staatlich anerkannten Problemen« (Bourdieu) gehört, die in verschiedenen Kontexten wirkungsvoll werden und den Blick des Forschers von anderen, weniger anerkannten Problemen und Fragestellungen ablenken:

Die Sozialwissenschaft läuft ständig Gefahr, sich die Probleme, die sie in Bezug auf die soziale Welt formuliert, von dieser Welt vorgeben zu lassen: Jede Gesellschaft entwickelt unablässig einen Komplex von speziellen Problemen, die als legitim gelten, als diskussionswürdige, öffentliche, manchmal zur Diskussion erhobene, gewissermaßen staatlich anerkannte Probleme.⁷⁶

Als Beispiel für die Wirkung solch anerkannter Probleme bezeichnet Susan Parman die Tatsache, dass in der englischsprachigen Anthropologie einzelne Regionen quasi automatisch mit stereotypisierten Vorstellungen (*pre-imaginings*) versehen und mit bestimmten Forschungsthemen verbunden werden: »One goes to Irland to study peasants, Norway and England to study networks, the Mediterranean to study gender roles, honour/shame, and patron-client relationships.«⁷⁷ Solche Automatismen sind auch in der deutschsprachigen Ethnologie anzutreffen, wie eben zum Beispiel die als selbstverständlich betrachtete Annahme, man müsse nach Osteuropa reisen, um den Postsozialismus zu untersuchen.

Selbst wenn die institutionelle Anerkennung des Postsozialismus vorteilhaft für ein Forschungsvorhaben sein kann, insofern sie etwa die Suche nach finanzieller Förderung erleichtert, kann das Festhalten an tradierten Problemstellungen zur Marginalisierung der untersuchten Gesellschaften und Personen führen. Wie erwähnt haben Caroline Humphrey, Katherine Verdery oder Chris Hann im Blick auf die Erforschung osteuropäischer Gesellschaften auf solche Ausschlussmechanismen hingewiesen und in diesem Zusammenhang über den Sinn einer anthropologischen oder ethnologischen Postsozialismusforschung diskutiert. Vor allem haben sie gezeigt, dass die in den Medien und den Sozialwissenschaften verbreitete Idee eines besonderen »postsozialistischen Zustands« (*post-socialist condition*) der osteuropäischen Gesellschaften ihren Ursprung in den westzentrierten Denklagen des Kalten Krieges hat:

76 P. Bourdieu: Die Praxis der reflexiven Anthropologie, S. 271.

77 S. Parman: Europe in the Anthropological Imagination, S. 12.

Der Kalte Krieg ist nicht vorbei; wir spüren seinen Einfluss bis heute. Wie sonst ließe sich die Bedeutung verstehen, die Wissenschaftler und Politiker gleichermaßen der Privatisierung, Marketisierung und Demokratisierung beimessen – jenem Dreigespann westlichen Selbstverständnisses, das so beharrlich dem sozialistischen »Anderen« zum Zeichen dafür aufgezwungen wird, dass der Kalte Krieg vorbei ist?⁷⁸

Mit dem Hinweis, dass die Wissenschaft an der Konstruktion des Ost/West-Machtgefälles zentral beteiligt ist, hat Katherine Verdery für den Bruch mit der verbreiteten Gleichsetzung von Osteuropa und Postsozialismus plädiert und sich für »post-Kalte Krieg-Studien« eingesetzt,⁷⁹ die die gesellschaftlichen Transformationen und Machtverschiebungen nach dem Ende des Kalten Krieges in Ost- und Westeuropa sowie anderen Regionen der Welt untersuchen sollen. Dieser Vorschlag hat insbesondere bei Wissenschaftlern der jüngeren Generation Anklang gefunden. Während etablierte Forscherinnen wie Nora Dudwick und Hermine G. de Soto in ihrem Buch zur Feldforschung in Osteuropa (2000) noch meinen, dass diese Forschung etwas »spezifisch Post-sozialistisches« habe,⁸⁰ bemerkt so etwa Eleni Sideri in der im Jahr 2006 zum gleichen Thema veröffentlichten Zeitschrift *Anthropology Matters*, dass sie nichts Spezifisches an ihrer Forschung in Osteuropa entdecken könne, was sie dazu bewegen würde, sich als »post-socialist fieldworker«⁸¹ zu begreifen.

Auch im Rahmen des *multi-sited*-Ansatzes, der mehrere zeitliche und räumliche Bezugshorizonte (*sites*) zur Erforschung einer Frage zusammenführt, ist die Dekonstruktion der Postsozialismusforschung als einer an Osteuropa gekoppelten Forschungsrichtung notwendig.⁸² Die *multi-sited*-Perspektive lässt sich nur veranschlagen, wenn eine nicht-territoriale Konzeption des ethnologischen Forschungsfeldes zugrunde gelegt wird. In Anlehnung an Bourdieu und die Ansätze der *anthropology of policy* (Chris Shore, Susan

78 K. Verdery: Wohin mit dem Postsozialismus?, S. 40.

79 Ebd.

80 Nora Dudwick/Hermine G. de Soto: »Introduction«, in: Nora Dudwick/Hermine G. de Soto (Hg.), *Fieldwork Dilemmas. Anthropologists in Postsocialist States*. Madison: University of Wisconsin Press 2000, S. 13–30; Eleni Sideri: »In Quest of Eastern Europe: Troubling Encounters in the Post-Cold War Fields«, in: *Anthropology Matters Journal: Doing Fieldwork in Eastern Europe*, 8/1 (2006), www.anthropologymatters.com/journal/2006-1/index.htm#editorial vom 22. November 2007.

81 Ebd.

82 Dafür ist es notwendig, auf Grundlage der bisherigen Forschung neue Forschungsansätze zu entwickeln. Im Falle der vorliegenden Studie erwiesen sich zum Beispiel die Ansätze der EU-Europaforschung (Chris Shore, Susan Wright) ergiebig, ebenso wie die einer Ethnographie der Globalisierung (Aihwa Ong, Michael Burawoy), weil sich damit die von mir untersuchten ökonomischen Prozesse gut erfassen ließen.

Wright) verstehe ich mein Forschungsfeld daher nicht als geographisches Territorium, sondern als sozialen und politischen Raum, der sich in Machtkonstellationen und Regierungsformen artikuliert und sich »nur in Gestalt von ganz abstrakten objektiven Relationen« zu erkennen gibt, »die man nicht anfassen und auf die man nicht mit dem Finger zeigen kann und die dennoch die ganze Realität der sozialen Welt ausmachen.«⁸³ Entsprechend besteht der Anspruch dieses Buches nicht darin, die (post-)sozialistische litauische Gesellschaft an sich zu untersuchen; vielmehr bezweckt es, den Wandel der Herrschaftsformen sowie der Relationen zwischen Individuen und Gesellschaft im spezifischen sozialen und historischen Kontext darzustellen: »Studying through« tracing ways in which power creates webs and relations between actors, institutions and discourses across time and space.«⁸⁴

Machtfelder erforschen

Als sich zeigte, dass mich die Feldforschung tatsächlich in die einflussreichen, wohlhabenden und bekannten Kreise Litauens führte, entschied ich mich, dass ein wenig Repräsentativität für die Kommunikation mit ›den Eliten‹ von Vorteil sein könnte. Vor dem Interview mit dem Präsidenten eines führenden litauischen Konzerns, der als reichster Mann Litauens gilt, ließ ich mir eine Visitenkarte auf Englisch und Litauisch anfertigen, verfasste für alle Fälle eine halbseitige Zusammenfassung meines Forschungsvorhabens und kleidete mich in einen Hosenanzug. Mich auf diese Weise meiner Rolle als Wissenschaftlerin versichernd, fuhr ich zum neu errichteten »Business Center« im Zentrum der Stadt – einem gläsernen Komplex von Bürogebäuden, in dem sich der Sitz des Konzerns befand.

Das Büro des Konzernpräsidenten befand sich in der oberen Etage eines Hochhauses, und war mit weichen Ledermöbeln, Aquarien und geschmackvoll ausgesuchten Gegenständen ausgestattet, die dem Raum Lounge-Atmosphäre verleihen sollten. Mein Interviewpartner präsentierte sich als ein Mensch, der im Auftreten einen besonderen, über das Gewöhnliche hinausgehenden Stil pflegt. Er trug schulterlange Haare, keine Krawatte und einen maßgeschneiderten Anzug, dessen Urhebererschaft ich später anhand von Zeitschriften dem bekanntesten Modedesigner Litauens zuordnen konnte. Der Konzernpräsident wirkte interessiert und berichtete breitwillig über seine be-

83 P. Bourdieu: Die Praxis der reflexiven Anthropologie, S. 246; vgl. auch Chris Shore/Susan Wright: »Policy. A New Field of Anthropology«, in: Chris Shore/Susan Wright (Hg.), *Anthropology of Policy. Critical Perspectives on Governance and Power*, London, New York: Routledge 1997, S. 3-42, hier S. 14.

84 C. Shore/S. Wright: *Policy*, S. 14.

scheidenen Anfänge als Student der Ökonomie. Er behauptete, seinen Horizont erweitern zu wollen und nahm sich für das Interview unerwartet viel Zeit. Seine Offenheit meinen Fragen gegenüber und die Lässigkeit im Umgang mit der Zeit vermittelten, dass er zu jenen gehörte, die nicht mehr zwölf Stunden am Tag arbeiten müssen, um Geld zu verdienen und ihre Geschäfte am Laufen zu halten: Er konnte sich dieses Interesse leisten.

Auf einem weichen Ledersofa sitzend, stellte ich ruhig meine Fragen, bis ich über dem Knie meines Beines, das ich entspannt über das andere geschlagen hatte, ein Loch im Stoff der Hose entdeckte. Im Nachhinein bezweifle ich, dass mein Gesprächspartner den Riss bemerkte, doch allein das Wissen, mich auf den »oberen Etagen« zu befinden, die bestimmte Verhaltensnormen und Bekleidungs-codes voraussetzen, führte dazu, dass ich mich auf einmal unwohl in dieser »fremden Welt« fühlte.

Sobald eine Untersuchung sich mit einer – wie auch immer definierten – Elite befasst, gewinnt sie an öffentlichem und wissenschaftlichem Interesse. »They are all that we are not,« beschreibt C. Wright Mills die charakteristische Wahrnehmung von »power elites« durch andere soziale Gruppen.⁸⁵ Tatsächlich ist in Bezug auf Eliten oft von unermesslichem Reichtum, dekadentem Luxus, geheimen Bündnissen, unbegrenzter Macht, Konspiration und anderen ungewöhnlichen Dingen die Rede. Solche Wahrnehmungen weisen den Vertretern der Elite eine ganz besondere Position in der Gesellschaft zu (oder nehmen sie in ihrer Sonderstellung aus der Gesellschaft heraus) und produzieren Vorannahmen, Mystifizierungen und Imaginationen, mit denen sich eine (Eliten-)Forscherin zuallererst auseinandersetzen muss.⁸⁶

So kann zum Beispiel die von der öffentlichen Neugier bewirkte Konzentration auf Individuen als Vertreter der Elite dazu führen, dass die *Relationen* (Machtverhältnisse, Beziehungsnetzwerke, Legitimationsstrategien) innerhalb der Elite und ihr Verhältnis zu anderen sozialen Akteuren und Gruppen vernachlässigt werden. Soziologische und politikwissenschaftliche Elitenforscher haben sich mit der statistischen Definition und Klassifikation von Eliten (als politischer Elite, Wirtschafts- und Kulturelite) beschäftigt und dabei die relationale Perspektive oft unberücksichtigt gelassen.⁸⁷ Im Blick auf die postsozialistische Transformation wird von Vertretern solch substantialistischer Ansätze meist die Frage zum Elitenwechsel nach 1989 gestellt, also inwieweit die »alten« Eliten durch »neue« ersetzt worden seien.⁸⁸ Wie Peter Imbusch be-

85 Charles Wright Mills: *The Power Elite*, Oxford, New York: Oxford University Press 1956, S. 3

86 Vgl. ebd.

87 Vgl. P. Bourdieu: *Die Praxis der reflexiven Anthropologie*.

88 Siehe z.B.: Hans-Joachim Veen: *Alte Eliten in jungen Demokratien? Wechsel, Wandel und Kontinuität in Mittel- und Osteuropa*, Köln: Böhlau 2004;

merkt, hat das dieser Frage zugrundegelegte Elitenverständnis für gewöhnlich einen dem modernisierungstheoretischen Hintergrund geschuldeten normativen Charakter, weil den Eliten eine idealisierte Vorreiterrolle zugeschrieben und zwischen der ›schlechten‹ alten und ›guten‹ neuen Elite unterschieden wird.⁸⁹

Wenn ich in diesem Buch von Eliten spreche (synonym zu Bezeichnungen wie ›Etablierte‹, ›Erfolgreiche‹ oder ›Gewinner‹), dann nie in dem oben erwähnten normativen Sinne. Mit ›Elite‹ ist keine statische, mit Hilfe objektiver Kriterien bestimmbare Gruppe gemeint, sondern die Selbst- und vor allem die Fremdwahrnehmung meiner Informanten.⁹⁰ Es ist zwar durchaus wichtig zu zeigen, dass solche Individuen die Orientierungshorizonte der litauischen Gesellschaft bestimmen können, weil ihre Ideen und Interessen, wie Chris Shore beobachtet hat, hegemonialen Charakters sind.⁹¹ Doch tue ich dies nicht, indem ich die soziale Lage von Individuen darstelle, sondern vielmehr anhand einer Analyse ihrer Beziehungen zu anderen Mitgliedern der Gesellschaft im Sinne des *studying through*-Prinzips.

Andere Anthropologen und Ethnologen, darunter etwa George Marcus oder Chris Shore, benutzen ebenfalls einen ›weichen‹ Elitenbegriff. Sie heben damit hervor, dass eine ethnologische und anthropologische Elitenforschung nach Herrschaftsstrategien, Kapitalzirkulationen und Machtverhältnissen zwischen verschiedenen sozialen Positionen fragen sollte, statt um die Identifikation und Definition ›der Elite‹ zu ringen. Aus dieser Perspektive ergeben sich neue Fragen: Wie gelingt es den Eliten, Herrschaft über andere Gruppen zu erreichen und über längere Zeit und soziale Transformationen hinweg beizubehalten? Welche Strategien der Reproduktion und Legitimation ihres Status setzen sie dafür ein?⁹² Entsprechend mache ich nicht die Elite als Konstellation einzelner Akteure zum Gegenstand, sondern die *Machtfelder*, innerhalb

Magarditsch A. Hatschikjan: Eliten im Wandel. Politische Führung, wirtschaftliche Macht und Medienbildung im neuen Osteuropa, Paderborn: Schöningh 1998.

89 Vgl. Peter Imbusch: Politische und ökonomische Eliten in gesellschaftlichen Transformationsprozessen. Über den Erhalt, Verlust und Transformation von Macht, in: Stefan Hornbostel (Hg.), Sozialistische Eliten. Horizontale und vertikale Differenzierungsmuster in der DDR, Opladen: Leske+Budrich 1999, S. 267-287.

90 Auch nach statistischen Kriterien wie z.B. dem Monatseinkommen lägen meine Informanten weit über dem Durchschnitt. Eine genaue statistische Zuordnung der Elite ist, wie oben bemerkt, jedoch nicht das Interesse und die Aufgabe meiner Studie.

91 Vgl. Chris Shore/Stephen L. Nugent: »Introduction. Towards an Anthropology of Elites«, in: Chris Shore/Stephen L. Nugent: Elite Cultures. Anthropological Perspectives, London/New York: Routledge 2002, S. 1-21, hier S. 4.

92 Vgl. ebd., S. 1.

derer Mitglieder der Eliten agieren.⁹³ Nach dem Ansatz der *multi-sited ethnography*⁹⁴ verfolge ich die Metaphern von ›gutem Leben‹ und ›Erfolg‹, die mich dann zu konkreten Vertretern der Elite führen. Dass genau diese Akteure zu den Sinnbildern des guten Lebens und Erfolgs in Bezug gesetzt werden und ihre Bedeutungen mitbestimmen, ist nicht verwunderlich, nehmen sie doch eine machtvolle Position im Kampf um die legitime Definition gesellschaftlicher Orientierungshorizonte ein.⁹⁵

Die Schwierigkeit, (Macht-)Felder zu erforschen, besteht Bourdieu zufolge darin, dass es uns leichter fällt, soziale Räume in Personen und Gruppen zu denken, so »dass man soziale Räume nur in Form von Merkmaldistributionen bei Individuen zu fassen bekommt. Denn die Information, die einem zugänglich ist, macht sich nun an Individuen fest.«⁹⁶ Eine Konzentration auf soziale Akteure (in meinem Falle Akteure des Machtfeldes) ist daher oft unvermeidbar, obwohl sie von einem relationalen Denken wegführen kann.

Eine weitere Schwierigkeit ethnologischer Elitenforschung besteht in der berühmten ›Angst der Forscherin vor dem Feld‹,⁹⁷ die in diesem Kontext besonders stark zu sein scheint. Da sich die Ethnologie (und Anthropologie) traditionell vor allem der Erforschung marginalisierter sozialer Gruppen, ländlicher Regionen und anderer Peripherien verschrieben hat, ist ethnologische Forschung inmitten von Machtfeldern relativ neu. Sie eröffnet somit nicht nur ein neues Forschungsfeld, sondern verlangt auch nach einer neuen Positionierung der Forscherin im Feld.

In der klassischen Forschungssituation stand die Ethnologin mit ihrer Expertinnenautorität den Informanten als überlegen oder zumindest gleichgestellt gegenüber. Diese Konstellation verlieh ihr nicht nur Selbstbewusstsein und Handlungsfreiheit, sondern legitimierte auch ihre Präsenz im Feld als Sprachrohr der Armen und Unterdrückten. Geht es indessen um die Erforschung einer (wie auch immer verstandenen) Elite, dann ist dieses Verhältnis von Informant und Forscherin nicht mehr gegeben. In dieser Situation hat die Ethnologin mit wohlhabenden und erfolgreichen Menschen zu tun, die innerhalb der sozialen Hierarchie meist über ihr stehen, was den Besitz an materiellem und symbolischem Kapital angeht. Als gut ausgebildete und in verschiedenen Bereichen kundige Experten sind die Informanten durchaus imstande, das Forschungsvorhaben zu hinterfragen, zu kritisieren oder auf andere Weise mitzugestalten. Die ethnologische Forschung verliert also nicht nur

93 Vgl. P. Bourdieu: Die Praxis der reflexiven Anthropologie, S. 263.

94 George E. Marcus: »Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography«, in: Annual Review of Anthropology 24 (1995).

95 Vgl. P. Bourdieu: Die Praxis der reflexiven Anthropologie, S. 275.

96 Ebd., S. 246.

97 Rolf Lindner: »Die Angst des Forschers vor dem Feld«, in: Zeitschrift für Volkskunde 77 (1981), S. 1-19.

ihre scheinbar selbstverständliche Legitimität, sondern auch ihre moralische »Unschuld«, kann sie doch kritisiert, angegriffen und unter Umständen sogar für einen Machtkampf zur Durchsetzung bestimmter Interessen instrumentalisiert werden.

Angesichts der veränderten Machtverhältnisse im Feld ist die Angst der Ethnologen vor dem Feld wenig verwunderlich. Feldberichte und methodische Ratgeber zur Elitenforschung verweisen auf die Sorge der Forscher, ihre wissenschaftlichen Ziele nicht erreichen zu können oder sich in ihrem Selbstverständnis verbiegen zu müssen. Heiner Goldinger etwa meint, dass es bei dieser Art Forschung besonders schwer sei, zwischen einem »echten« oder »gespielten« Interesse der Informanten zu unterscheiden, was die Akkumulation nötiger Informationen erschwere.⁹⁸ Bernd Warnecken und Andreas Wittel sprechen von einer Gleichgültigkeit der Eliten in ihrer Rolle als Informanten, die zur Subordination der Wissenschaftler, zur Distanzierung von ihrem Forschungsfeld, zur Mystifizierung ihres Forschungsobjekts oder sogar zu »intellektueller Rache« führen könne.⁹⁹ Rosanna Herz und Jonathan B. Imber behaupten, dass die »important people« eine besondere Fähigkeiten besäßen, sich von der Außenwelt abzuschotten. Entsprechend müsse sich die Forscherin zumindest in ihrem Äußeren an das Feld anpassen, um Zugang zu den Entscheidungsträgern großer Unternehmen zu erhalten.¹⁰⁰

Auch wenn solche Befürchtungen von Ethnologen nicht unbegründet sind und vergleichbare Schwierigkeiten in der Forschungspraxis tatsächlich eintreten können, ist die stete Betonung der Besonderheit ethnologischer Elitenforschung nicht unproblematisch. Erstens nimmt sie die Elite als eine besonders schwierig zu untersuchende Gruppe aus ihrem gesellschaftlichen Kontext heraus und lenkt von ihren Beziehungen zu anderen sozialen Gruppen ab, die es eigentlich zu untersuchen gilt. Zweitens suggeriert sie, dass andere, weniger etablierte soziale Akteure und Gruppen sich einfacher erforschen ließen und der Forscherin wohlwollend gegenüber stünden. Drittens reflektiert sie nicht ausreichend, dass die ethnologische oder anthropologische Forschung ein elitäres Unterfangen ist und dass Wissenschaftler selbst einer kulturell-intellektuellen Elite angehören:

98 Heiner Goldinger: »Methodik und Praxis des research up: als Ethnograph bei den Börsianern«, in: Zeitschrift für Volkskunde 98/5 (2002), S. 257-270, hier S. 261f.

99 Bernd J. Warnecken/Andreas Wittel: »Die Angst vor dem Feld. Ethnographisches research up am Beispiel der Unternehmensforschung«, in: Zeitschrift für Volkskunde 93/1 (1997), S. 1-16.

100 Vgl. Rosanna Hertz/Jonathan B. Imber: »Introduction«, in: Rosanna Hertz/Jonathan B. Imber (Hg.), *Studying Elites Using Qualitative Methods*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage 1995, S. 7.

After all, what could be more elitist than anthropology itself, a profession steeped in the traditions and practices of Western middle-class academics, most of whom possess doctorates from the most exclusive universities, and whose scholarly output is aimed primarily for consumption by other Western, middle-class intellectuals?¹⁰¹

Die methodologischen Stärken einer Forschung im Machtfeld liegen genau in den oben beschriebenen Schwierigkeiten und Unbequemlichkeiten, durch welche die romantischen Bilder von Forschenden und Erforschten hinterfragt werden¹⁰² und ein gesellschaftlich und politisch reflexiver Blick erforderlich wird: »Anthropology of elites is necessarily an exercise in political reflexivity since it obliges us to position ourselves more self-consciously in relation to the wider systems of power and hierarchy within which anthropological knowledge is constructed.«¹⁰³

Fremd und Eigen sein

Auch wenn es problematisch wäre, die Elitenforschung als Sonderfall herauszustellen, bedeutet dies natürlich nicht, dass Überlegungen zur sinnvollen Vorbereitung der Feldforschung, zu möglichen Anpassungsstrategien ans Forschungsfeld, zu Statusunterschieden zwischen den Informanten und der Forscherin und zu deren symbolischen Bedeutungen überflüssig wären. Ganz im Gegenteil: Begreift man das ethnologische Forschungsfeld nicht als Territorium, sondern als sozialen Raum, dann macht die Reflexion über Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen dem eigenen sozialen Umfeld der Forscherin und den von ihr erforschten sozialen Räumen genau jene Erfahrungen des Fremd- und Eigenseins aus, die zu jeder ethnologischen Forschung gehören.

Insbesondere zu Beginn meiner Feldforschung fühlte ich mich unter meinen Informanten immer wieder fremd und fehl am Platz. Fremdheit erfuhr ich zunächst durch Äußerlichkeiten, die mein Unwissen der in ihrem sozialen Umfeld gängigen Verhaltensformen und Kommunikationscodes enttarnten, etwa wenn ich nicht wusste, welche Dresscodes in bestimmten Räumen zu bestimmten Anlässen zu beachten waren.

Als mich Alma am Anfang meiner Feldforschung zu einer geschlossenen Veranstaltung – der Eröffnung eines Nachtclubs – mitnehmen wollte, fragte ich sie, was man denn zu diesem Anlass tragen solle. Dies interessierte mich nicht nur aufgrund meiner spärlichen Erfahrung mit Nachtclubs und VIP-

101 C. Shore: *Towards an Anthropology of Elites*, S. 1.

102 Ulf Hannerz: »Being There... And There... And There! Reflections on Multi-sited Ethnography«, in: Antonius C. G. M. Robben (Hg.), *Ethnographic Fieldwork. An Anthropological Reader*, Malden: Blackwell 2007, S. 3-18.

103 C. Shore: *Towards an Anthropology of Elites*, S. 2.

Veranstaltungen, sondern auch weil ich nicht versehentlich aus der Menge der Gäste hervorstechen wollte. Man müsse eben »elegante Klubkleidung« tragen, lautete die Antwort. Ich hakte nicht nach, was denn im Einzelnen damit gemeint sei, sondern sandte am Abend vor der Veranstaltung stattdessen eine SMS mit der Schilderung des Problems an eine alte Freundin, die sich in Mode- und Stilfragen auskennt. Sie antwortete:

Am besten sieht man bei einer solchen Veranstaltung aus wie Jennifer Lopez oder ein anderer Popstar, oder wie ein Mädchen von der Titelseite der *Cosmopolitan*. Dafür bräuchtest Du eine modische Jeans, eine glänzende Bluse, feine Schuhe, eine elegante Handtasche, auffällige Accessoires wie Ohrringe oder eine Mütze und ein strahlendes Abend-Make-up ... Falls Du das alles nicht hast, dann musst Du eben was anderes anziehen und exzentrisch sein.

Spätestens an diesem Abend wurde mir bewusst, dass ich mich in vielen Situationen nicht einmal äußerlich an mein Forschungsfeld würde anpassen können, weil ich die hierfür nötigen Statussymbole nicht besaß und mich damit auch nicht wohlgeföhlt hätte.

Umso mehr verwunderte es mich, wie leicht ich Zugang zu den »wichtigen Personen« erhielt. Dazu trug sicherlich bei, dass ich als Einheimische private Beziehungen nutzen konnte, um in ersten Kontakt mit meinen Informanten zu treten. Später fragte ich stets bei meinen Interviewpartnern, ob sie mir weitere Personen empfehlen könnten, und zu meinem Erstaunen tat sich kaum einer von ihnen damit schwer. Meist schauten sie sofort in ihrem Mobiltelefon die Namen von Bekannten durch, gaben mir deren Nummern oder riefen sie selbst an. Bei den empfohlenen Personen handelte es sich dabei in der Regel nicht einmal um unmittelbare Kollegen, sondern um Personen, mit denen meine Erstkontakte informelle Beziehungen pflegten, etwa als Mitglieder desselben Tennisvereins oder des Rotary Club.

Bald gewann meine Forschung eine unerwartete Eigendynamik. Bevor ich ins Feld gegangen war, hatte ich erwartet, langfristig auf Gesprächstermine warten zu müssen. Doch sobald ich nun mögliche Interviewpartner anrief, den Namen der vermittelnden Person nannte und mein Anliegen vorbrachte, lautete die nächste Frage, wann wir uns denn treffen wollten – noch heute oder erst morgen? So erkundigte ich mich beispielsweise beim Direktor eines litauischen Fernsehsenders nach weiteren Kontakten und dieser rief sogleich den Vorsitzenden der schwedischen Handelskammer an mit der Frage, ob ich zu ihm kommen könne. Obwohl sich der Vorsitzende gerade in Stockholm befand, ließ er ausrichten, ich solle ihn in fünf Minuten zurückrufen. Dies tat ich, sobald ich das Sendergebäude verlassen hatte, und vereinbarte einen Interviewtermin für den nächsten Morgen in seinem litauischen Büro.

Die Geschwindigkeit, mit der sich meine Kontakte im Feld vermehrten, erstaunte mich umso mehr, als keiner der Informanten an der Legitimität meines Forschungsvorhabens zweifelte oder sich über meine Präsenz in seinem Umfeld wunderte. Die Tatsache, dass ich an ihre Telefonnummer gekommen war und dass jemand mich empfohlen hatte, reichte zur Legitimation aus. Im Laufe meiner Forschung merkte ich indes, dass ihre Entscheidung zur Kontaktaufnahme nicht gänzlich ohne Eigeninteresse auskam. Für sie ging es um die Akkumulation symbolischen Kapitals – um die Konstruktion öffentlicher Images von »erfolgreichen Europäern«, von weltoffenen, gebildeten Geschäftsfrauen und -männern, von Vorbildern des Erfolgs und guten Lebens. Über ihre Karriere und ihr privates wie berufliches Umfeld Auskunft zu geben war für sie ein Schritt hin zur Identität westlich orientierter Individuen, fort vom altmodischen »sowjetischen« Habitus, von illegalen Geschäften und intransparenten Aktivitäten.¹⁰⁴

So gewann ich den Eindruck, dass weniger der Unterschied im sozialen Status, als andere Aspekte des Verhältnisses von Forscherin und Erforschten, wie etwa das Geschlecht, meine Forschung beeinflussten. Denn meine Kontakte zu männlichen und weiblichen Informanten gestalteten sich durchaus unterschiedlich. Männliche Informanten traf ich fast ausschließlich an ihrem Arbeitsplatz im Büro oder in der Mittagspause. Abgesehen von zufälligen Begegnungen bei Veranstaltungen oder privaten Feierlichkeiten blieb unser Kontakt beschränkt auf die formelle Arbeitswelt. Nicht zu unterschätzen war dabei die Tatsache, dass das öffentliche Erscheinen mit einer unbekannten Frau für sie im schlimmsten Falle mit Gerüchten in der Boulevardpresse enden konnte. Auch wenn das Alter oder der Bekanntheitsgrad bei der Kommunikation mit männlichen Informanten von Bedeutung waren, entstanden daraus eher förmliche Kontakte; Informationen wurden sachlich und für gewöhnlich ohne die Darstellung persönlicher Gefühle an mich vermittelt.

Mit meinen Informantinnen traf ich mich hingegen öfters in informeller Umgebung: mittags im Restaurant, abends in Cafés und Klubs, bei ihnen daheim und bei privaten Festen, in Schönheitssalons, beim Shoppen und nur selten im Büro. Dabei wurde deutlich, dass viele (wenn auch nicht alle) meiner Gesprächspartnerinnen beruflich niedriger gestellt waren und weniger Zeit in Arbeit investierten als die von mir interviewten Männer. So konnte ich zu den Frauen in meinem Feld ein persönlicheres Verhältnis aufbauen und bekam das Gefühl, näher an ihre private Welt herangekommen zu sein, während sich bei den Männern das Private hinter der öffentlichen Rolle verbarg, selbst wenn ich sie gleichermaßen nach ihren persönlichen Erfahrungen und Meinungen

104 Zur Aktualität dieser Abgrenzung vgl. das Kapitel »Transformationen des Individuums«.

sowie nach ihren Erkenntnissen und Einstellungen als öffentliche Personen und Experten befragte.

Um diese relativ harmonische Darstellung meiner Forschungssituation zu hinterfragen, könnte man hier den Verweisen anderer Forscher auf die besonderen konspirativen Fähigkeiten der Eliten folgen und die Frage stellen, ob das demonstrierte Interesse meiner Interviewpartner an meiner Studie und meiner Person ›ehrlich‹ oder doch nur ›gespielt‹ gewesen und ob ich tatsächlich in ihre Welt vorgedrungen sei. Dem wäre mit Kirsten Hastrup zu entgegenen, dass die Aktivitäten der Forscherin und ihrer Informanten im Feld eine ganz eigene ethnographische Gegenwart (*ethnographic presence*)¹⁰⁵ hervorbringen. Eine Gegenwart, die eine eigene Zeitlichkeit und Räumlichkeit aufweist und innerhalb derer die Akteure ihre jeweiligen Interessen vertreten, die aber nur punktuell und nur teilweise mit der ›realen‹ alltäglichen Welt der Beteiligten übereinstimmt. Ich möchte stattdessen das Augenmerk auf die eigentliche Herausforderung richten, die darin besteht, die situativen und relativen Erfahrungen des Eigen- oder Fremdseins auf produktive und reflexive Weise zu verbinden. In einem Feld, das als Raum sozialer Beziehungen gefasst ist, treten diese Erfahrungen gleichzeitig auf, weil sie sich auf verschiedene Zugehörigkeiten der Forscherin (und der Erforschten) als Privatperson, Frau, Wissenschaftlerin und Expertin beziehen.

Ich war da!

War »die Postkartenerfahrung«¹⁰⁶ (Clifford Geertz) – die körperliche und räumliche Präsenz der Forscherin im Feld – noch für die Legitimation der ›klassischen‹ ethnologischen Forschung essentiell wichtig, so verliert sie heute an Relevanz. Aus Sicht der *multi-sited ethnography*, die sich auf die Erforschung von Feldern und Relationen zwischen Akteuren, Institutionen und Soziosphären nach dem *studying through*-Prinzip konzentriert, stellt sich die Frage, was denn die Erfahrung des Dort-Seins überhaupt ausmacht.¹⁰⁷ Sie

105 K. Hastrup: *A Passage to Anthropology*, S. 16.

106 Clifford Geertz: *Die künstlichen Wilden. Der Anthropologe als Schriftsteller*, Frankfurt/Main: Fischer Wissenschaft 1993, S. 130.

107 Martin Albrow zufolge meint Soziosphäre das »Bedeutungsfeld« oder die »Interessensphäre«, in der sich ein individueller Lebensentwurf realisiert. In Anlehnung an Albrow schreibt Jens Adam: »Dem konkreten Ort kommt keine tiefere Bedeutung zu, als der Punkt zu sein, an dem die einzelnen ›Soziosphären die Erde buchstäblich berühren.« Vgl. Martin Albrow: »Auf Reisen jenseits der Heimat. Soziale Landschaften in einer globalen Stadt«, in: Ulrich Beck (Hg.), *Kinder der Freiheit*, Frankfurt/Main: Suhrkamp 1997, S. 288-314. Jens Adam: *Kaum noch normale Berliner. Stadtethnologische Erkundungen in einem »sozialen Problemquartier«*, Münster: LIT-Verlag 2005, S. 44 (= Berliner ethnographische Studien; 8).

stellt sich sowohl aufgrund des nicht mehr territorial definierten ethnologischen Forschungsfeldes wie auch aufgrund der räumlichen Mobilität der Feldforschung, welche die Präsenz der Forscherin im Feld in die Erfahrungen eines »being there and there and there« aufspaltet.¹⁰⁸ Bei einer Forschung im Machtfeld sind die körperlichen und räumlichen Kontakte der Ethnologin zur »realen« Welt der Erforschten meist ohnehin eher sporadisch; die räumlich-alltagsweltliche Nähe zum Feld beschränkt sich auf wenige Orte, zu denen die Informanten ihr einen Zugang gewähren.

Selbst wenn die *multi-sited*-Perspektive in methodischer Hinsicht Lösungen für die ethnologische Erforschung moderner Gesellschaften bietet, erübrigt sie gewiss nicht die forschungspraktische Frage, wo und wie ein empirischer Zugang zur Klärung des theoretischen Problems zu suchen ist. Sollte man die mühevollen Beobachtungsversuche von Akteuren im Machtfeld dem Zufall überlassen und sich stattdessen auf die mündliche Kommunikation mit ihnen (Interviews) und auf die Analyse der sie betreffenden Diskurse konzentrieren? Wenn die räumliche, alltagsweltliche Nähe zu den Informanten trotz der Perspektivenverschiebung der Ethnologie zu jeder ethnologischen Forschung gehört (wie sonst könnten Ethnographien entstehen?), liegt zudem die Frage nahe, wann und wer berechtigt ist zu behaupten, diese Nähe tatsächlich erreicht zu haben?

Obwohl das Nachdenken über diese und andere Fragen auch als sinnvoll und notwendig gilt, so ist der Versuch, *eine* allgemeine Antwort auf sie zu finden, doch mühsam und unergiebig, weil sich die Nähe der Forscherin zum Feld jeweils ganz unterschiedlich darstellt und anders empfunden und verstanden werden kann. Paul M. Hirsch etwa verdeutlicht am Beispiel seiner eigenen Untersuchungen, wie verschieden die Vorstellungen darüber sein können, was Elitenforschung in der Praxis bedeutet, in einem Feld zumal, in dem Nähe so wichtig wie unerreichbar scheint: »I once enthusiastically told Erving Goffman I was studying business elites. ›Have you slept with them?‹, he replied. ›No, but I am getting into talks with them‹, I proudly answered.«¹⁰⁹

Während meiner Feldforschung fragte ich mich immer wieder, mit welchen Menschen und in welchen Räumen ich Kontakt suchen sollte, um die materielle und körperliche »Realität« der kulturellen Vorstellungen von Erfolg und gutem Leben zu erfassen. Und wann konnte ich davon ausgehen, dass meine Beobachtungen eine angemessene Tiefe und Nähe erreicht hatten? Wann konnte ich behaupten, tatsächlich »dabeigewesen« zu sein?

108 Vgl. U. Hannerz: Being There... and There... and There!

109 Paul M. Hirsch: »Tales From the Field. Learning From Researchers' Accounts«, in: Rosanna Hertz/ Jonathan B. Imber (Hg.), *Studying Elites Using Qualitative Methods*, Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage 1997, S. 72-79, hier S. 72.

Wird das Feld als soziale Größe verstanden, dann liegt es nahe, die Erfahrung des Im-Feld-Seins in sozialen Begriffen zu fassen. Wie Chris Shore bemerkt hat, ist die Frage, welche Menschen die Gewinner einer Gesellschaft sind, immer Gegenstand öffentlichen Interesses, und die Objekte einer ethnologischen Elitenforschung sind entsprechend stets Objekte öffentlicher Diskussion.¹¹⁰ Auch aus diesem Grund scheint mir die öffentliche Sichtbarkeit meiner Informanten – ihre Präsenz im medial-öffentlichen Diskurs – für die Legitimation ihres sozialen Elitenstatus ausschlaggebend zu sein, sieht man einmal von Kriterien wie Geld oder beruflicher Position ab. In einer sich schnell wandelnden Gesellschaft wie der litauischen, in der es vergleichsweise wenig Selbstverständlichkeiten in den sozialen Hierarchien gibt, weil diese erst ausgehandelt werden müssen, sind öffentliche Präsenz und Anerkennung von besonderer Wichtigkeit.

Nach den ersten Kontakten mit dem Feld bemerkte ich, dass andere ebenfalls Zugang zu der auf den ersten Blick verschlossenen Welt der »very important persons« hatten: Stylisten, Werbefachleute, Berater und insbesondere Journalisten, die meine Informanten interviewten und dabei oft Fragen stellten, die den meinen ähnelten. Ich musste also davon ausgehen, dass meine Gesprächspartner Medienexperten waren und zu vielen meiner Fragen eine vorformulierte und eingeübte Antwort parat hielten.

Überdies wurde schnell offenkundig, dass meine Informanten die journalistischen Berichte über die Elite sehr aufmerksam verfolgten, selbst wenn sie sich mir gegenüber über sie amüsierten und ihre eigene Medienpräsenz als zweitrangig bezeichneten. Wenn sich zum Beispiel Alma und ihre Freundinnen im Antonio trafen, blätterten sie gern in den dort ausliegenden Zeitschriften, um ihre »Informationsfiles upzudaten«, wie sie sich auszudrücken pflegten. Sie fanden es belustigend, dass sie der Presse Neuigkeiten über ihre Freunde und Bekannte entnehmen konnten, ohne mit diesen selbst sprechen zu müssen. Selbst Informanten, die dieser Art von Berichterstattung ausdrücklich kritisch gegenüberstanden (zumeist Männer), waren stets gut über sie informiert.

Eine der verbreiteten Illustrierten, die sich mit Mode, Lebensstil, Gesundheit und eben dem Leben erfolgreicher Menschen beschäftigte, ist das Magazin *Stilius* (*Stil*), das als Freitagsbeilage zur größten litauischen Tageszeitung *Lietuvos Rytas* (*Litauischer Morgen*) erscheint und die größte Auflage unter den Zeitschriften seiner Art hat. »*Stilius* ist das Magazin für diejenigen, die schöner leben wollen«, wie mir die Chefredakteurin das Selbstverständnis ihres Blattes beschrieb. Das Ziel sei, über die litauische Elite zu berichten und sie zugleich zu formen:

110 C. Shore/S. L. Nugent: *Elite Cultures*, S. 3.

Wir zeigen den Menschen das Leben, wie es sich hier in unserer Nähe abspielt, nicht im Ausland, nicht im Westen und nicht im Osten. Wir schildern es am Beispiel von Persönlichkeiten, Hobbies, der Inneneinrichtung und anderen alltäglichen Dingen. Dabei halten wir uns an die Botschaft, dass das Leben schön ist. (Indre)

Der Redakteurin zufolge handelt es sich bei den Lesern von *Stilius* vor allem um Bürger der Mittelschicht, die das schöne Leben wie eine mexikanische Seifenoper verfolgen:

Jeden Freitag suchen sie nach *Stilius*, um die geliebten oder ungeliebten, aber in Litauen nun einmal bekannten Menschen zu sehen und zu erfahren, was in ihrem Leben Neues geschehen ist: Was hat sich diese oder jene bekannte Frau gekauft, was hat sie gesagt, wen hat sie getroffen? (Indre)

Als Beilage zur größten Tageszeitung erschien mir *Stilius* in seiner dezent kitschigen Aufmachung durchaus eigenartig. Auf der Titelseite jeder Ausgabe prankte stets die Fotografie einer lokalen weiblichen Berühmtheit, die von Stylisten in Szene gesetzt war und dann im Innenteil mit einem Interview zu ihrem persönlichen und beruflichen Erfolg vorgestellt wurde. Während meiner Forschung habe ich oft Vermutungen darüber gehört, dass Frauen, »die in *Stilius* hineinkommen«, Freundinnen reicher Männer seien, die ihnen den Platz auf der Titelseite der Zeitschrift kauften.

Viele meiner Informantinnen – ob es sich nun um Rechtsanwältinnen, Unternehmerinnen oder TV-Moderatorinnen handelte – waren schon einmal auf der Titelseite der Zeitschrift, und auch über meine männlichen Informanten wurde in *Stilius* häufig berichtet. Meine Gesprächspartner konnten (oder wollten) meine Frage über die Käuflichkeit medialer Aufmerksamkeit indes nicht bestätigen. Vielmehr gaben sie vor, von Journalisten zu ihrer Präsenz in diesem oder in anderen Medien überredet worden zu sein. Im Gegenzug betonten sie, ihren Ruf als Gewinner mit beruflichem Erfolg verdient zu haben, solche Auftritte entsprechend auch nicht zu benötigen und sie nicht ernst zu nehmen. Einige von ihnen merkten jedoch an, dass eine Berichterstattung dieser Art als kostenlose Werbung fungiere, die sehr wohl positive Auswirkungen auf die öffentliche Wahrnehmung einer Person und ihre Geschäfte haben könne.

Als ich Dana kennenlernte, war sie mit dem journalistischen Interesse an ihrer Person längst vertraut. Auf einem Empfang der Österreichischen Botschaft, zu dem sie mich mitnahm, begrüßte sie gelassen die anwesenden Journalisten und Fotografen, die ihr Komplimente wegen ihres Aussehens machten. Auch von anderen Informanten erfuhr ich, dass man besser freundlich zu Journalisten sein solle, dann könne man sie auch gegebenenfalls darum bitten, nicht in kompromittierenden Situationen fotografiert zu werden. Wenn man sich aber unhöflich und kategorisch verhalte, dann liefe man Gefahr, Bilder

von sich in der Presse zu sehen, die dem eigenen Ruf schadeten. Als Dana einen Fotografen begrüßte, stellte sie mich als Freundin aus Berlin vor, die sich, ebenso wie er, mit der litauischen Elite beschäftige. Auf meine Frage, für welche Zeitung oder Zeitschrift er arbeite, antwortete er, er fotografiere für *Stilius* – »und wenn Sie nicht in *Stilius* abgebildet waren, dann gibt es Sie gar nicht«, fügte er hinzu, um mir als einer nicht Einheimischen die Wichtigkeit der Zeitschrift zu verdeutlichen. Daraufhin bat er uns, ein wenig für ein Foto zur Seite zu treten.

Angeichts der Vermischung des medialen und nicht-medialen Lebens meiner Informanten ist es wenig verwunderlich, dass ich mich ihnen während meiner Feldforschung dann am nächsten fühlte, wenn ich zusätzlich zur Beobachtung ihres alltäglichen, persönlichen und beruflichen Lebens auch Einblicke in ihr öffentlich-mediales Dasein gewinnen konnte. Als ich zu Beginn meiner Forschung plötzlich selbst als Person und Forscherin ins Visier journalistischer Interessen geriet, schien mir dies ein Ausdruck der Tatsache, dass mein Feld auf mich reagierte und mich auf diese Weise zu vereinnahmen suchte.

Im Laufe meines Aufenthalts in Vilnius bekam ich immer häufiger Kontakte zu Journalisten. Teils geschah dies, weil ich sie selbst aufsuchte und befragte, teils, weil unsere Wege sich auf der Suche nach Interviewpartnern kreuzten. Die Information, ich würde Eliten untersuchen, weckte ihre Neugier. Als eine Journalistin mich um ein Interview für die Frauenzeitschrift *Laima* bat, freute ich mich, ihr im Gegenzug für die erhaltenen Informationen etwas bieten zu können. Auch wenn mir ihr Bericht zunächst nicht unbedingt hilfreich schien, war mir doch die Möglichkeit bewusst, hiermit Werbung für meine Forschung zu machen und das Interesse potenzieller Informanten wecken zu können.

Obwohl ich für *Laima* als »Anthropologin aus Berlin« interviewt wurde, drehte sich das Interview vor allem um mein persönliches Leben: meine Liebes- und Migrationsgeschichte und mein Leben in Deutschland. Im Anschluss an das Gespräch wurde ich mit meinem Mann zu einem Fototermin geladen. Abgesehen davon, dass ich mich bei dem Gedanken an das Shooting unwohl fühlte, beunruhigte es mich, dass die Plattenbauwohnung meiner Eltern, in der ich mich während meiner Feldforschung einquartiert hatte, als optischer Hintergrund für Werbung in meinem Feld ungeeignet sein könnte. Ich bat die Journalistin, einen neutraleren Ort für den Fototermin zu suchen, und schließlich einigten wir uns auf die Lobby des Hotel Shakespeare in der Altstadt. Mein Mann und ich wurden geschminkt, auf einem mit Samtkissen drapierten Sofa platziert, mit Fotolampen ausgeleuchtet und für die Aufnahme gebeten, einander möglichst verliebt anzuschauen. Wenn auch verlegen, genossen wir das Gefühl, als abbildungswerte Personen zu gelten.



Abbildung 2: Antropologijos pamokos Berlyne, in: Laima, 2/137 (2005), S. 48-49.

Als ich zum Ende des Monats die neue Ausgabe von *Laima* am Kiosk kaufte, fand ich in der Heftmitte ein doppelseitiges Hochglanzfoto von mir und meinem Mann, übertitelt als »Anthropologiestunden in Berlin«. Der dazu gehörige Bericht verquickte im süßlich-übertriebenen Ton einer Homestory mein persönliches und berufliches Leben. Wie meine Informanten, so wurde nun auch ich in der Welt des Glamour situiert, mithilfe einer konventionalisierten medialen Inszenierung, zu deren Merkmalen die emotionalisierte Darstellung der Person in Bild und Text gehört.

Im Laufe meiner Forschung wurde ich wie erwähnt noch oft von Journalisten kontaktiert und um Interviews gebeten, teilweise auch auf Empfehlung von Informanten. Stets waren ihre Berichte wenig an den Inhalten meiner Forschung interessiert; sie inszenierten meine Person als Insiderin in der Welt der Elite. Gleichwohl erwähnte keiner meiner Gesprächspartner, diese medialen Auftritte der Forscherin im Feld zur Kenntnis genommen zu haben. Einige Freunde und Verwandte äußerten hingegen die Befürchtung, meine Feldforschung könne mich als Person in dem Maße negativ verändern, wie sie mir Zugang zur elitären und aus ihrer Sicht arroganten Welt der Reichen und Erfolgreichen ermöglichte. Wieder andere meinten, sie hätten nie gedacht, dass »einfache« Menschen wie ich in einer Hochglanzzeitschrift abgebildet werden könnten.

Ich war da! Doch die Postkartenerfahrung ist, selbst wenn sie nicht mehr ausschließlich auf der physischen und körperlichen Präsenz an einem Ort be-

ruht, nicht die einzige, die zur Konstruktion des ethnologischen Forschungsfeldes und -gegenstandes gehört. Wie Kirsten Hastrup überzeugend dargelegt hat, beginnt die Produktion ethnologischen Wissens zwar im Feld, beim Teilen sozialer Erfahrungen mit Informanten und bei der Dokumentation ihrer sozialen Realität, aber sie endet dort nicht.¹¹¹ Zum ›Dort-Sein‹ gehört schließlich auch die Erfahrung des ›Hier-Seins‹; die Textproduktion und die Analyse und Diskussion des Materials innerhalb eines wissenschaftlichen universitären Kontextes. Die Herausforderungen einer *multi-sited*-Perspektive, die verschiedene Felder durchquert (*studying through*) und die Beziehungen zwischen verschiedenen Ebenen der Gesellschaft zu verstehen sucht, bleiben also bis zum Ende des Vorhabens in Form selbstreflexiver Fragen und Überlegungen bestehen. Oder wie Clifford Geertz formuliert:

Wen soll man jetzt überzeugen? Afrikanisten oder Afrikaner? Amerikanisten oder Indianer? Japanologen oder Japaner? Und wovon? Von Akkuratheit in den Fakten? Weitem theoretischen Horizont? Vorstellungslässiger Durchdringung? Moralischer Tiefe? Es ist ziemlich leicht zu antworten: »Von allem etwas.« Es ist nicht ganz so leicht, einen Text zu produzieren, der dies vermag.¹¹²

111 K. Hastrup: A Passage to Anthropology, S. 59.

112 C. Geertz: Die künstlichen Wilden, S. 130.

**Transformationen des Individuums.
Dinge als Akteure im Prozess
sozialer Differenzierung**

All regimes enter in some way into persons,
constituting identities, in socialism these were split.
*Katherine Verdery*¹¹³

Doctrines of flexibility – and demands that
both workers and firms become »self-regulating selves«
– mark the advent of a fundamentally new form of
power in postsocialist Eastern Europe.
*Elizabeth C. Dunn*¹¹⁴

Was ist unter Transformationen des Individuums konkret zu verstehen? Ich will dies zunächst mit einem Bild veranschaulichen, das zum Jahrestag des EU-Beitritts Litauens 2005 das Titelblatt des litauischen Nachrichtenmagazins *Veidas* zierte (siehe Abb. 3).¹¹⁵

Die Abbildung verdeutlicht plakativ, wie die europäische Integration in der litauischen Öffentlichkeit vor- und dargestellt wird. »Der lange Weg nach Europa« – so die Überschrift – erweist sich als eine westwärts gerichtete Einbahnstraße, die dem sozioökonomischen Fortschritt und Wohlstand geradlinig entgegenführt.

Europäisierung wird dabei als Wandel vom primitiven *homo sovieticus* zum modernen *homo europaeus* dargestellt. Drei wichtige Perioden der litauischen Geschichte – die Zeit des sozialistischen Regimes, die Wiederherstellung des litauischen Nationalstaats und die EU-Integration – werden mit stereotypen Menschenbildern assoziiert. Die dargestellten historischen Typen unterscheiden sich voneinander in ihrer Körperhaltung und durch Attribute, die spezifische Lebensweisen und innere Einstellungen anzeigen sollen. Der *homo sovieticus* (1940-1990) ist mit Militärhosen und –schuhen, einer sowjetischen Fellmütze und Arbeitsjacke bekleidet, und er trägt seine alte Säge so

113 K. Verdery: *What Was Socialism?*, S. 94.

114 E. C. Dunn: *Privatizing Poland*, S. 7.

115 *Veidas* Nr.17 vom 18.04.2005, S. 36.



Abbildung 3: Titelblatt von *Veidas* Nr. 17 vom 18.04.2005.

kraftlos und mit einem so starren und abwesenden Blick, das eine unterentwickelte Persönlichkeit vermutet werden muss, die mit primitiver Arbeit zugehörig ist. Der *homo lituanus* (1990-2004) mit seiner wütend entschlossenen Grimasse, den geballten Fäusten und der Marken-Sportkleidung hat hingegen seine Kräfte gesammelt, selbst wenn er kaum weniger primitiv und ungebildet

wirkt; eine Plastiktüte in der Hand lässt an Schmuggelei oder andere halblegale Tätigkeiten denken. Von beiden Typen deutlich verschieden ist schließlich der *homo europaeus* (2004-2005), dessen Fortschrittlichkeit in makellosem Glanz erstrahlt: vorwärtsorientiert und entspannt, gebildet und geradlinig zugleich. Die ironisch illustrierte Aussage ist eindeutig: Der heutige Mensch unterscheidet sich grundlegend vom gestrigen, äußerlich ebenso wie innerlich; der Unterschied zwischen gestern und heute zeigt sich an der radikalen Wandlung der Persönlichkeit.

»Das soziale Denken ist nicht abstrakt«, stellt Maurice Halbwachs im Blick auf die sozialen Bedingungen fest, unter denen Vorstellungen von Vergangenheit und Gegenwart einer Gesellschaft entstehen. Halbwachs zufolge nehmen solche Ideen stets die Gestalt einzelner Personen oder Gruppen an: »Hinter einem Titel, einer Tugend, einer Qualität sieht die Gesellschaft so gleich einen Träger.«¹¹⁶ Halbwachs' Beobachtung aufgreifend, will ich das *Veidas*-Titelbild als Ausdruck dafür verstehen, wie Vorstellungen der litauischen Gesellschaft über ihre Vergangenheit und Zukunft in der kollektiven Imagination ihrer Mitglieder an Gestalt gewinnen. Das Bild mag ironisch sein in der ihm gegebenen karikierenden Form, aber wie es das Wesen der Ironie will, verweist es zugleich auf einen für wahr genommenen Tatbestand. Es will Auskunft darüber geben, welcher Persönlichkeitstypus in seinem Umgang mit den politischen und ökonomischen Verhältnissen als erfolgreich gilt. Bilder wie diese thematisieren die Verbindung zwischen dem Projekt der sozialen Ordnung und dem Projekt des individuellen Lebens, die im Zentrum dieses Buches steht.¹¹⁷

In den modernen Gesellschaften werden Mechanismen sozialer Regulierung vor allem durch makroökonomische Strukturen geschaffen; diese Strukturen bringen bestimmte Subjektivitätsformen (*forms of personhood*) mit sich. Für das Funktionieren eines modernen, politisch-ökonomischen Systems ist es von zentraler Bedeutung, Individuen hervorzubringen, die sich innerhalb dieser Strukturen orientieren und darin agieren können – und die damit zugleich regierbar werden.¹¹⁸ Auch für die sozialen Akteure selbst ist es wichtig, ihren individuellen Lebensentwurf mit der sozialen Ordnung in Übereinstimmung zu bringen, weil einer Persönlichkeit, die innerhalb der gegebenen Strukturen funktioniert, größere Chancen eingeräumt werden, ihre Vision eines guten Lebens zu verwirklichen.

Im Folgenden werde ich den Wandel von dominanten Formen der Subjektbildung und von Identitätsmodellen im Kontext des Übergangs der litauischen Gesellschaft von einem staatlich kontrollierten zum freien Markt und

116 Maurice Halbwachs: Das Gedächtnis und seine sozialen Bedingungen, Frankfurt/Main: Suhrkamp 1985, hier S. 389.

117 Siehe hierzu die Einführung.

118 E. C. Dunn: Privatizing Poland, S. 3.

damit auch hin zu einer Konsumgesellschaft kapitalistischen Zuschnitts beschreiben. Einerseits geht es darum zu zeigen, wie neue Machtmechanismen und Governanceformen sich in die ökonomischen Strukturen und die dingliche Welt einer Gesellschaft einschreiben. Andererseits wird gezeigt, wie innerhalb dieses konkreten sozialen Kontextes kollektive und individuelle Antworten auf die Frage gesucht wurden, was es bedeutet, ein Mitglied der Gesellschaft zu sein und einen »eigenen Platz« in ihr einzunehmen.

Konsum als Erfahrung der Moderne

Consumption then may not be about choice,
but rather the sense that we have no choice but
to attempt to overcome the experience of rupture
using those very same goods and images which
create for many the sense of modernity as rupture.

*Daniel Miller*¹¹⁹

Moderne Konsumgesellschaften entwickelten sich in den 1960er Jahren im Osten und Westen Europas.¹²⁰ Ost und West verfügten über gemeinsame Bezugshorizonte, etwa in der amerikanischen Konsumwelt, mit der sie sich auf je unterschiedliche Weise verglichen, und sie teilten ähnliche Erfahrungen:

Hinsichtlich der historischen Gemeinsamkeiten von West- und Osteuropa ist für das 20. Jhr. festzustellen, dass sich die Erfahrung von Konsumieren einerseits mit der Erfahrung wirtschaftlicher und materieller Fortschritte verband, andererseits aber auch mit der Erinnerung an die großen Wirtschaftskonflikte, ideologischen Auseinandersetzungen, Kriege, Zerstörungen, Vertreibungen und Plünderungen der Vergangenheit. Im kollektiven Konsumentengedächtnis beider Regionen sind Ängste und Hoffnungen aus einer unruhigen Epoche gespeichert und die Erinnerung daran, dass bis zur Jahrhundertmitte die meisten Menschen arm waren [...].¹²¹

Wie ich noch zeigen werde, funktionierten diese beiden Konsumgesellschaften, die politischen, sozialen und kulturellen Systeme des Sozialismus und Kapitalismus, jedoch nach unterschiedlichen Prinzipien: »What was rational in socialism, differed from capitalist rationality. Both are stupid in their own way, but differently so.«¹²² Kapitalismus und Sozialismus waren weder iden-

119 Daniel Miller: »Anthropology, Modernity and Consumption«, in: Daniel Miller (Hg.), *Worlds Apart: Modernity Through the Prism of the Local*, London, New York: Routledge 1995, S. 1-22, hier S. 2.

120 Vgl. H. Siegrist: *Konsum, Kultur und Gesellschaft*, S. 34.

121 Ebd., S. 33.

122 K. Verdery: *What Was Socialism?*, S. 26.

tisch noch grundverschieden; sie bezogen sich aufeinander, indem sie sich ideologisch, politisch und ökonomisch als zwei verschiedene Formen der europäischen Moderne voneinander abgrenzten.

Es ist demnach nicht verwunderlich, dass die nach Westen ausgerichtete Konsumgesellschaft, die gegenwärtig in den osteuropäischen Ländern entsteht, als wichtigste Folge der postsozialistischen Transformation zum freien Markt und Privateigentum oder sogar als Symbol für den Sieg des Kapitalismus über den Kommunismus verstanden wird.¹²³ Ich möchte bei der Beschreibung des Wandels jedoch auch Kontinuitäten herausstellen, Bezüge und Abhängigkeiten zwischen den Konsumgesellschaften in Ost- und Westeuropa beschreiben und die Koexistenz verschiedener Marktstrukturen und Konsumpraxen hervorheben. Dazu werde ich nicht nur makroökonomische Veränderungen skizzieren, sondern anhand von Interviews und Medienberichten auch Konsumsituationen und Erfahrungen mit ihren kulturellen Bedeutungen rekonstruieren. Ich gehe von der Prämisse aus, dass es eine explizite Verbindung zwischen dem Konsumverhalten und dem Selbstverständnis einer Person gibt, die nicht nur in einer Konsumenten-Identität resultiert, sondern auch andere Praktiken der Identitätsbildung, wie etwa ethnische oder geschlechtliche Selbstbeschreibungen sowie soziale Selbstzuordnungen zum Ausdruck bringt. Konsumpraxen reflektieren also individuelle wie kollektive Wünsche und Imaginationen, Vorstellungen von Glück, Wohlstand und einem gutem Leben. »Strategies of consumption can only be truly grasped when we understand the specific way in which desire is constituted,« wie Jonathan Friedman vermerkt.¹²⁴

Konsum verstehe ich dabei als Objektivierung von Kultur, als ein »gesellschaftliches Orientierungssystem«¹²⁵ und somit gleichsam als Prisma, durch das sich kulturelle und soziale Transformationsprozesse gut beobachten lassen: »Consumption is central to the creation of culture, since it involves a process of objectification which enables material things and their discourses become formes through which people have consciousness of themselves.«¹²⁶ In Anlehnung an Friedman analysiere ich Konsum weniger als autonomes soziales Phänomen, sondern im weiteren Zusammenhang der Lebensstrategien, durch die soziale Akteure eine für sie sinnvolle Existenz zu konstituieren su-

123 Vgl. ebd., S. 210.

124 Jonathan Friedman: »Globalization and Localization«, in: Jonathan Xavier Inda/Renato Rosaldo (Hg.), *The Anthropology of Globalization. A Reader*, Oxford: Blackwell 2002, S. 233-246, hier S. 234.

125 H. Siegrist: *Konsum, Kultur und Gesellschaft*, S. 29.

126 Caroline Humphrey: »The Villas of the »New Russians«: A Sketch of Consumption and Cultural Identity in Post-Soviet Landscapes«, in: Focaal. Tijdschrift voor Anthropologie. *Globalization/Localization. Paradoxes of Cultural Identity*, 30-31(1997), S. 85-106, hier S. 86.

chen.¹²⁷ Diese Perspektive ermöglicht es, Konsum als Erfahrung einer sozialistischen wie kapitalistischen Moderne mit Brüchen und Kontinuitäten im Sinne von Daniel Miller zu begreifen.¹²⁸ Erfahrung ist in diesem Zusammenhang nicht als objektivierbare Größe zu fassen, die eine bestimmte Realität von Subjekten belegt, sondern als relative, in spezifischen sozialen und historischen Kontexten wirksame Konstruktion, die interpretiert und als Form der Wirklichkeitsaneignung analysiert werden muss. Erfahrung betrachte ich also nicht als etwas, was Individuen haben, sondern als etwas, wodurch sie als Subjekte konstituiert werden.¹²⁹

Konsum im Sozialismus

Ich erinnere mich, wie mich meine Mutter einkaufen schickte, in den allerschlimmsten Zeiten, bevor Gorbatschow an die Macht kam, ich war damals noch Schüler. Damals war das so: Du gehst in einen Laden, stehst in einer Schlange, nimmst ein Glas Sahne, Buttermilch – wenn es welche gibt – und Milch. Dann stellst du dich in eine zweite Schlange und nimmst ein Brot. Dann stellst du dich in eine dritte Schlange und kaufst irgendein Stück Fleisch. Eine Stunde später gehst du nach Hause mit fünf Dingen in deiner Einkaufstasche. Heute dagegen fährst du zu Maxima [Supermarktkette, A.V.] packst deinen Einkaufswagen mit Sachen voll, die du wahrscheinlich eh nicht brauchst, gehst zur Kasse, an der drei Menschen anstehen und regst dich noch darüber auf, dass du warten musst und dass nicht mehr Kassen geöffnet haben. Während du früher gar nicht erst geschaut hast, ob es eine Schlange gab oder nicht. Hauptsache war, dass du irgendwas zu kaufen bekamst. (Matas)

Generationen von Bürgern des ehemals sozialistischen Osteuropas erinnern sich an ähnliche Konsumsituationen aus der Zeit vor der Wende. Erinnerungen wie diese zeugen von der tagtäglichen Erfahrung der »redistributiven«¹³⁰ Macht des sozialistischen Staates, die auf der zentralisierten Verteilung knapper Konsumwaren beruhte. »The whole point was *not* to sell things«, wie Katherine Verdery dieses Machtprinzip pointiert beschrieben hat.¹³¹ In sozialistischen Ländern wie Litauen standen die Schwerindustrie und die Erhöhung der Produktion im Zentrum, während sich die Konsumgüterwirtschaft auf die Herstellung alltäglicher Gebrauchsgegenstände beschränkte; Distribution und

127 Jonathan Friedman: *Consumption and Identity*, London: Harwood Academic Publishers 1994, S. 1.

128 Vgl. hierzu das dem Kapitel vorangestellte Motto.

129 Zur Erfahrungsbegriff siehe: Joan W. Scott: »Phantasie und Erfahrung«, in: *Feministische Studien*, 19/2 (2001), S. 75-88; Joan W. Scott: »Experience«, in: Judith Butler, Joan W. Scott (Hg.), *Feminists Theorize the Political*, New York: Routledge 1992, S. 22-40.

130 E. C. Dunn: *Privatizing Poland*, S. 165.

131 K. Verdery: *What Was Socialism?*, S. 26.

Marketing hatten keine ihrer Funktion in den kapitalistischen Gesellschaften vergleichbare Bedeutung. Ein knappes und kaum differenziertes Sortiment an Konsumwaren wurde zentral kontrolliert und verteilt. Auch wenn sich der Staat auf die egalitäre Ideologie der klassenlosen sozialistischen Gesellschaft berief, besaßen die verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen doch einen ungleichen Zugang zu Waren. Arbeiter oder Bauern beispielsweise erhielten Vergünstigungen in Form von Gütern, die über Betriebe oder Kolchosen vergeben wurden. Leitende Angestellte des Partei-, Staats- und Wirtschaftsapparates, bekannte Künstler oder Mitglieder der Wissenschaftsakademie wurden bei der Verteilung bevorzugt und konnten Luxusgüter in sogenannten »Spezialgeschäften« erwerben.¹³²

So spiegelten sich die Hierarchien des sozialistischen Systems im Konsumalltag des Einzelnen wieder. Das Schlangestehen etwa war, wie Caroline Humphrey festhält, keine bedeutungslose Gegebenheit (*social presence*), sondern ein soziales Prinzip, das soziale Berechtigungen (*social entitlements*) in einem zeitlichen Rahmen organisierte und zum Ausdruck brachte.¹³³ Umso kürzer die Schlange, in der man zum Einkaufen anstehen musste, umso größer die Auswahl und umso höher die Position des Konsumenten innerhalb der Machthierarchie. »Normalbürger« mussten beim täglichen Einkaufen mitunter Stunden anstehen, besonders beim Erwerb von begehrten Lebensmitteln wie Südfrüchten, Kaffee und Fleisch oder auch von modischer Kleidung. Der Kauf von Möbeln und Haushaltsgeräten konnte tage- oder monatelanges Warten mit sich bringen und bei der Anschaffung von Autos und Wohnungen ging die Wartezeit in die Jahre:

Natürlich erinnere ich mich daran, wie ich als 11-jähriger mit meiner Mutter drei Stunden vor einem Laden Schlange stand, um Ananas zu kaufen. Ich erinnere mich auch, wie meine Mutter einen sogenannten Talon, wie das damals hieß, bekam, der sie berechtigte, ein Möbelstück zu erwerben. Über die Qualität dieses Möbelstücks braucht man gar nicht zu sprechen ... Doch selbst wenn man einen Talon besaß,

132 In Spezialgeschäften konnte man mit sogenannten Schecks westliche Konsumwaren erwerben. Schecks waren jedoch schwer zu bekommen; man konnte sie für westliche Valuta oder sehr viel einheimisches Geld beziehen. Für die meisten Menschen war diese Konsummöglichkeit viel zu teuer und nicht realisierbar. Spezialgeschäfte gab es nur in großen Städten, ihr Angebot war überteuert. Hierzu Stephan Merl: »Staat und Konsum in der Zentralverwaltungswirtschaft«, in: Hannes Siegrist/ Hartmut Kaelble/Jürgen Kocka (Hg.), Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums, Frankfurt/Main, New York: Campus 1997, S. 105-244, hier S. 230.

133 Caroline Humphrey: »Creating a Culture of Disillusionment. Consumption in Moscow. A Chronicle of Changing Times«, in: Daniel Miller (Hg.), Worlds Apart. Modernity Through the Prism of the Local, London, New York: Routledge 1995, S. 43-67, hier S. 49.

musste man immer noch ein halbes Jahr in irgendwelchen Schlangen stehen und irgendwelche zuständigen Stellen anschreiben. (Gintas)

Der alltägliche Konsum war im Sozialismus also nicht von Wahlmöglichkeiten (*choices*) geprägt wie im kapitalistischen System, sondern durch Aktivitäten des Suchens und Bekommens. Gehörte im Westen das Formulieren eigener Wünsche und das Geschick beim Auswählen von Dingen, die dem persönlichen Geschmack entsprechen, zu den wichtigsten Kompetenzen des Konsumenten, so bestand die Befähigung des sozialistischen Konsumenten darin zu wissen, wie Dinge zu bekommen waren:

Gutes Leben hieß, eine gute Arbeit und ein Auto zu *bekommen*. Importwaren zu *bekommen* war, ich weiß nicht ... das war fantastisch! Es gab nichts zu kaufen, du musstest alles *bekommen*. Du konntest Geld haben, auf dem Markt fünf Mal mehr bezahlen und trotzdem war nicht klar, wie du etwas *bekommen* kannst. Man musste »Blat«¹³⁴ haben – Zugang zu Vorgesetzten, Verkäufern, wenn man zum Beispiel Instantkaffee bekommen wollte vor Neujahr oder Apfelsinen. Ach, Apfelsinen! Die gabs einmal im Jahr und das auch nur, nach dem man draußen in einer kilometerlangen Schlange gestanden hatte. (Vincas)

In der Ära des restriktiven Verkaufs, der beschränkten Assortiments und ständigen Defizite gab es keine Nischenmärkte und keine nach Präferenzen wählenden Konsumenten. Das Begehren war allgemeiner Natur: Alle wollten alles und kauften, wenn es etwas zu kaufen gab. Die Konsumenten im sozialistischen Litauen kauften viel, selbst wenn sie die jeweiligen Güter nicht unmittelbar brauchten oder nicht auf Anhieb verbrauchen konnten. Sie sammelten und horteten, weil sie nie sicher sein konnten, ob nicht genau diese Waren am nächsten Tag zum Defizit werden würden, und weil sie wussten, dass sie Güter innerhalb ihrer Freundes-, Familien- oder Bekanntenkreise eintauschen oder als Geschenk für verschiedenste Leistungen nutzen konnten: beim Arzt für eine bessere Behandlung, im Kindergarten für eine intensivere Betreuung, im Geschäft für den Zugang zu anderen Konsumwaren, auf der Arbeit für ein besseres Verhältnis zum Vorgesetzten. Das Schenken, im Litauischen *Blatas* genannt, war eine wichtige ökonomische Praxis innerhalb des von Defiziten gezeichneten Marktes. *Blatas* stellte Loyalitäten und Abhängigkeiten her und wurde somit zum organisierenden Faktor für informelle Netzwerke, die in der sozialistischen Konsumwelt, wie gleich zu zeigen sein wird, zentrale Bedeutung gewannen. *Blatas* wurde zwar offiziell als Korruption oder Bestechung verfolgt, dennoch aber in allen Bereichen des Alltagslebens praktiziert. Das Schenken breitete sich über die politischen und ökonomischen Strukturen des

134 Das Wort »Blat« stammt aus dem Russischen und bezeichnet illegale Schenk- und Tauschnetzwerke und Tauschpraxen.

Staates aus, so dass in der wissenschaftlichen Literatur von einer Geschenk-ökonomie des Sozialismus gesprochen wird, in der »those who dominate are those who determine the connections and disconnections created by the circulation of objects«.¹³⁵

Die Funktionsweise der distributiven Macht bestand darin, das Begehren nach Konsumgütern zu wecken und materiellen Wohlstand in Aussicht zu stellen, den Konsumwünschen dann aber nicht mit einer adäquaten Versorgung zu entsprechen. Nach dem Tod Stalins verkündete Nikita Chruschtschow, Verbrauchsgüter seien nach der Devise »Jeder nach seinen Fähigkeiten, jedem nach seinen Bedürfnissen« zu verteilen, und der Kommunismus sei nur als Überflussgesellschaft denkbar.¹³⁶ Das für kapitalistische Konsumgesellschaften zentrale Verhältnis von Leistung, Lohn und Kaufkraft war im Sozialismus damit außer Kraft gesetzt. Für die 1980er Jahre wurde ein Zustand materiellen Überflusses angepeilt, so dass die Vision einer von materiellem Wohlstand geprägten Zukunft den Bürgern stets vor Augen blieb. Konsum wurde so zu einem Grundrecht erklärt und erhielt systemlegitimierende Funktion.¹³⁷ Die Politisierung des Konsums minderte dabei natürlich nicht seine staatliche Kontrolle, sondern mündete vielmehr in eine Distributivlogik, welche die Menschen gemäß ihrer Rolle in der Reproduktion der bestehenden Machtverhältnisse versorgte und nicht, wie offiziell verkündet, nach ihren Fähigkeiten und Bedürfnissen.¹³⁸

Mit den 1960er Jahren verbesserte sich der Lebensstandard in den sozialistischen Ländern allmählich. Möglich wurde dies weniger aufgrund einer gestiegenen Produktion, sondern vor allem durch staatliche Subventionen. Preise für Lebensmittel wie Brot, Kartoffeln oder Kohl wurden künstlich niedrig gehalten, wobei solche Eingriffe im Verbund mit dem Mangel an anderen Gütern oft zu unvorhergesehenen Ergebnissen führten, etwa der Verwendung von Brot als Haustierfutter. Staatlich subventionierte Güter bekamen ideologisch gleichwohl eine besondere Wertigkeit, bezeugten sie doch scheinbar die planwirtschaftliche Versorgung aller. In der Staatsideologie wurden Bedürfnisse dabei als Grundbedürfnisse verstanden, die wissenschaftlich berechnet werden konnten. Folglich ging es auch nie darum, Angebote zu differenzieren oder individuellen Vorlieben Rechnung zu tragen; persönliche Konsumwünsche waren systemfremde Eigenschaften, die von den eigentlichen, inneren Werten der Arbeit und des Kampfes um die kommunistische Zukunft ablenkten. »Kommunismus – das ist eine Gesellschaft, in der ein Überfluss an Konsumwaren herrscht und in der die *vernünftigen* Bedürfnisse

135 Marilyn Strathern: *Gender of the Gift*, Berkeley: University of California Press 1988, S. 167.

136 S. Merl: *Staat und Konsum*, S. 210.

137 Vgl. K. Verdery: *What Was Socialism?*, S. 28.

138 Vgl. E. C. Dunn: *Privatizing Poland*, S. 125.

aller Gesellschaftsmitglieder befriedigt sind,« interpretiert ein 1987 in Litauen erschienenes Lehrbuch für Universitätslehrer diese Einstellung.¹³⁹ Dozenten wurden darin aufgefordert, einem besonders unter jungen Menschen verbreiteten, »übertriebenen Konsuminteresse« entgegenzuwirken, das als demoralisierend galt; genderspezifisch sah man darin eine fehlerhafte Kanalisierung jugendlicher Energie (bei Männern) oder falsche Emanzipation (bei Frauen).¹⁴⁰

Die tatsächliche Situation auf dem Konsumgütermarkt machte es erforderlich, sich ständig um den Erwerb materieller Dinge zu bemühen. Staatliche Versuche, das Konsumniveau zu heben, resultierten in der planmäßigen Überproduktion mancher Güter, während an anderen fortlaufend Mangel herrschte. Die staatliche Subventionierung der Grundversorgung nützte also kaum und brachte den Staat überdies in finanzielle Schwierigkeiten. Sie wurde dennoch wegen möglicher Unruhen beibehalten, die von Seiten enttäuschter Konsumenten befürchtet wurden. Frustrierte Käufer kommunizierten ihre alltägliche Unzufriedenheit in privaten Netzwerken, wovon Ende der 1980er Jahre und im Zuge der Perestroika mehr und mehr in die Medien drang:

Was ist zu tun, damit es in diesen fünf Jahren keine unerwünschten, den Konsumenten aufgezwungenen Konsumgüter gibt? Vielleicht müssten Kriterien für die Bewertung der Arbeit industrieller Produktionsstätten genauer definiert werden? [...] Und noch etwas: Wäre es nicht an der Zeit, die Bewertung der Arbeit von Unternehmen enger an den Bedarf nach den von ihnen produzierten Waren zu knüpfen?¹⁴¹

Diese und ähnliche Fragen wurden 1986 unter der Überschrift »Wir diskutieren ein Problem« in der Frauenzeitschrift *Tarybinė Moteris* (*Die sowjetische Frau*) aufgeworfen. Vergleichbar vielen anderen Artikeln, beschäftigte sich der Bericht mit dem Mangel an praktischer Arbeitskleidung unter Frauen, die in Gärtnereien arbeiteten und über keine regenabweisende Kleidung verfügten. Interviews mit dem litauischen Minister für Lokalwirtschaft und dem Direktor einer Großhandelstelle legten dabei eine Kette von Marktmechanismen offen, die es verhinderten, den akuten Bedarf der Arbeiterinnen zu stillen. Das

139 Stanislava Juonienė: Socialistinis gyvenimo būdas ir ideologinė kova: iš ciklo »Gyvenimo būdo problemos dabarties ideologinėje kovoje« (medžiaga lektoriui) [Die sozialistische Lebensweise und der ideologische Kampf. Material für Lektoren], Vilnius: Žinija 1987, S.5.

140 Vgl. Hilary Pilkington: »Youth Culture« in Contemporary Russia. Gender, Consumption and Identity«, in: Hilary Pilkington (Hg.), Gender, Generation and Identity in Contemporary Russia, London, New York: Routledge 1996, S. 189-213, S. 200ff.

141 »Metai – nauji, batai – seni? Svarstome Problemą« [Das Jahr – neu, die Schuhe – alt? Wir diskutieren ein Problem], in: Tarybinė Moteris [Die sowjetische Frau], 409/1 (1986), S. 5-6, hier S. 6.

Wirtschaftsministerium ließ bei lokalen Produzenten Berufskleidung herstellen, die indes nur für spezielle Tätigkeiten geeignet war. Die litauische Leichtindustrie produzierte ansonsten nur Freizeitmode, keine Arbeitskleidung. Wollstrumpfhosen oder haltbare synthetische Handschuhe, die ebenfalls brauchbar gewesen wären, fehlten ebenso. Fünfzig Prozent der Kleidung wurde aus anderen sowjetischen Republiken eingeführt; fast die Hälfte der gelieferten Ware entsprach in Farbe, Stoff und Größe nicht den Anforderungen. Die Großhandelstellen wiederum verfügten über unzählige Exemplare einer bestimmten Kollektion von Arbeitsjacken, die von den Konsumenten indes nicht gekauft wurden – und so weiter.

Derartige Widersprüche zwischen den politischen Versprechen und Realitäten des Konsums machten sich auch in alltäglichen Konsumsituationen bemerkbar. Sowjetische Geschäfte schienen von einer Atmosphäre des »versteckten Bürgerkrieges«¹⁴² geprägt. Ihre Verkaufsräume waren kahl und kühl, gelegentlich mit Bildern, Skulpturen oder architektonischen Details sozialistischer Modernität dekoriert, doch nur selten konsumentenfreundlich. Weder in Kleidungs- noch Lebensmittelgeschäften gab es Selbstbedienung. Die Waren lagen hinter einem Tresen und wurden dem Kunden nach längerem Anstehen zum Verkauf gereicht. Wer mehrere Güter erwerben wollte, musste auch in mehreren Schlangen stehen. Gespräche mit den Verkäuferinnen und anderen Konsumenten gestalteten sich in der Regel alles andere als höflich. Nur selten war es möglich, Waren anzusehen oder zwischen ihnen zu wählen. So geschah es, dass ausliegende frische Lebensmittel solange nicht verkauft wurden, bis ältere aufgebraucht waren; eine Vorgehensweise, auf der Verkäuferinnen ebenso bestehen konnten wie die um diese Güter konkurrierenden Kunden. Am Ende der Schlange angelangt, blieb dem Käufer oft nichts übrig, als eine ungewünschte Ware zu erwerben: zu große Schuhe, Kleider falschen Zuschnitts oder missliebiger Farbe, Lebensmittel schlechter Qualität. Darüber hinaus konnten die Verkäuferinnen, die als lokale Repräsentanten der zentralen Warenverteilung eine Machtposition innehatten, den Verkauf jederzeit aus nichtigem Anlass wie Mangel an Wechselgeld oder Einpackpapier einstellen.

Aus diesem Prozedere resultierte die angespannte Stimmung in den litauischen Kaufhallen, zu der die Unzufriedenheit mit dem Staat noch hinzukam. Doch die staatliche Mangelwirtschaft regulierte nur eine Seite des sozialistischen Konsumlebens. Zum Konsum im sozialistischen Litauen gehörte wesentlich auch die Schattenwirtschaft, die andere Zugänge zu Konsumgütern öffnete und weitere Versorgungsmechanismen schuf.

142 C. Humphrey: *Creating a Culture of Disillusionment*, S. 45.

Informelle Konsumnetzwerke

Gelang es dem sozialistischen Staat in der Nachkriegszeit noch, den Fortschrittsglauben der vom Krieg verarmten Bevölkerung wach zu halten, so gestaltete sich dies im Laufe der Jahre zunehmend schwieriger. Die Bürger empfanden die Versprechen des Staates vermehrt als Betrug¹⁴³ und zeigten sich mit ihren Konsummöglichkeiten und ihrem Lebensstandard unzufrieden. In dieser gespannten Situation entstanden westlich orientierte Alternativvorstellungen von Wohlstand und gutem Leben, die im Laufe der Zeit zu einer gewaltigen sozialen Imagination wurden und »systemsprengende Kraft«¹⁴⁴ erlangten. Doch warum konnte die sozialistische Konsumwelt trotz ihrer inhärenten Spannungen noch Jahrzehnte fortbestehen? Forscher erklären sich dies mit einem »sozialen Kontrakt«,¹⁴⁵ einem »fragilen Konsumpakt«¹⁴⁶ oder einem »System symbolischen Tausches«¹⁴⁷ zwischen Bürgern und Staat. Die Menschen tauschten demnach im Sozialismus politische Loyalität und Passivität gegen die miserable, aber relativ sichere Versorgung mit einfachen Konsumgütern und sozialen Dienstleistungen, was ihnen eine kleinbürgerliche Lebensweise ermöglichte und gewisse Freiräume für das eigene Handeln innerhalb des ideologisch gesteckten Rahmens der Gesellschaft bestehen ließ.

Man musste zwar die einzelnen Schritte immer sorgfältig kalkulieren, man musste Kompromisse schließen, doch es war in vielen [...] sozialistischen Ländern möglich, ein Alltagsleben zu leben, das im Schatten der herrschenden Ideologie ganz anderen Prinzipien folgte als das politische System.¹⁴⁸

Im Blick auf das sowjetische Litauen muss ergänzt werden, dass die Bevölkerungsmehrheit diesen sozialen Kontrakt nicht freiwillig einging, sondern ihn

143 Vgl. ebd.

144 H. Siegrist: Konsum, Kultur und Gesellschaft, S. 33.

145 David S. Mason/James R. Kluegel: »Introduction: Public Opinion and Political Change in the Postcommunist States«, in: David S. Mason/James R. Kluegel (Hg.), *Marketing Democracy. Changing Opinion About Inequality and Politics in East Central Europe*, Lanham: Rowman & Littlefield 2000, S. 1-28, hier S. 3.

146 Dietrich Beyrau: »Die befreiende Tat des Wortes«, in: Wolfgang Eichwede (Hg.), *Samizdat. Alternative Kultur in Zentral- und Osteuropa*, Bremen: Edition Temmen 2000, S. 26-37, hier S. 28.

147 Peter Niedermüller: »Kultur, Transfer und Politik im ostmitteleuropäischen Sozialismus«, in: Hartmut Kaelble/Martin Kirsch/Alexander Schmidt-Gernig (Hg.), *Transnationale Öffentlichkeit. Identitäten im 20. Jahrhundert*, Frankfurt/Main: Campus 2002, S. 159-175, hier S. 170 ff.

148 P. Niedermüller: *Kultur, Transfer und Politik*, S. 165.

schlicht als einzige Möglichkeit begriff, ein Leben ohne politische Repressionen zu führen.¹⁴⁹

In den auf diese Weise ausgehandelten Freiräumen entwickelte sich ein zweites ökonomisches System, die »Schattenökonomie« oder »zweite Ökonomie«, die viele Mängel der staatlichen Versorgung auffing. Sie war offiziell nicht erlaubt, wurde jedoch unter der Hand geduldet. Die Schattenökonomie baute auf Strukturen des wirtschaftlichen und sozialen Systems und bildete folglich deren direkte Kehrseite; mit den Prinzipien des freien kapitalistischen Marktes lässt sich ihr Funktionieren nicht beschreiben. Sie bestand vor allem aus unzähligen privaten Netzwerken, deren Funktion der Tausch und die Umverteilung von Gütern und Dienstleistungen war – »to arrange things«,¹⁵⁰ wie Elizabeth C. Dunn diese Praxis nennt. Schattenökonomische Netzwerke nahmen verschiedenste Formen und Organisationsweisen an, von illegalen privaten Unternehmen über internationale Schmugglernetze bis hin zu einfachen Tauschketten. Zum Beispiel konnte eine Familie, die auf einer Kolchose Viehzucht betrieb, einen Teil der Tiernahrung mit nach Hause nehmen, um ihn dort an eigene Haustiere zu verfüttern. Vorgesetzte, die dieses illegale Vorgehen »unbemerkt« durchgehen ließen, bekamen im Gegenzug einen Teil der frischen Fleischerzeugnisse aus dem Privathaushalt der Familie. Einen anderen Teil ihrer Wurstprodukte konnte die Familie dem Zahnarzt schenken, der sie in den Räumen der staatlichen Poliklinik und mit staatlichen Geräten, unter diesen Umständen jedoch mit besseren Materialien und besonderem persönlichen Einsatz behandelte. Der Rest der hausgemachten Wurst – die selbstredend eine bessere Qualität aufwies als die in den Lebensmittelläden verkaufte – konnte schließlich von den in der Stadt lebenden Kindern der Familie gegen Kaffee oder Konservengemüse getauscht werden, falls sie Bekannte hatten, die Zugang zu Spezialgeschäften genossen. Die Tausch- und Schenkette ließ sich endlos und auf unterschiedlichste Weise weiterführen.

Wie das Beispiel verdeutlicht, beruhten informelle Versorgungsnetzwerke in hohem Maße auf der Nutzung von Materialien, Räumen, Geräten und anderen Ressourcen der ersten Wirtschaft. Bemerkenswert ist, dass diese beiden wirtschaftlichen Systeme, in denen die meisten Bürger *gleichzeitig* aktiv waren, mit *unterschiedlichen* kulturellen Kategorien und moralischen Vorstellungen assoziiert wurden. Das zentrale Merkmal der zweiten Ökonomie – privaten Nutzen aus kollektivem Eigentum zu ziehen – wurde offiziell als Diebstahl betrachtet, galt im Rahmen der schattenökonomischen Strukturen jedoch nicht als negativ, im Gegensatz zum Entwenden von Privateigentum, das moralisch sehr wohl unzulässig war. Die unterschiedlichen moralischen Normen, die sich entlang der Grenzen zwischen erster und zweiter Ökonomie formten,

149 In sozialistischen Ländern, die nicht Teil der Sowjetunion waren, mag die Situation mehr Freiheiten erlaubt haben.

150 E. C. Dunn: Privatizing Poland, S. 119.

verdeutlichen die damals bestehende Kluft zwischen »Ihnen« (den Ideologen, Hütern der staatlichen Ordnung, Entscheidungsträgern innerhalb der staatlichen Ökonomie) und »Uns« (Bekannten, Verwandten, Privatpersonen, Mitgliedern eines Schattennetzwerks usw.). Diese Kluft war jedoch eben nicht unüberwindbar, zumal viele Bürger der sozialistischen Gesellschaft innerhalb beider Wirtschaftssysteme aktiv waren und ständig von einer Seite des Wir-Sie-Gegensatzes auf die andere wechselten. Genau darin bestand das charakteristische *situative Handeln* spätsozialistischer Individuen, das ich noch thematisieren werde.

Viele der von mir interviewten Personen, die heute erfolgreich innerhalb der freien Marktwirtschaft agieren, haben zu Zeiten des Sozialismus diese doppelten wirtschaftlichen Aktivitäten intensiv betrieben. Oft nahmen sie hohe Positionen innerhalb staatlicher Institutionen oder Unternehmen ein und waren zugleich in der Schattenwirtschaft aktiv. Durch ihre Aktivitäten entstanden Wirtschaftsräume, die zwar vom Staat begrenzt, aber nicht vollständig kontrolliert wurden. Alternative Wirtschaftsräume breiteten sich innerhalb der Staatsstrukturen aus und machten sich diese zu eigen. Thane Gustavson bemerkt hierzu, dass sich das Komsomol (Leninistischer kommunistischer Jugendverband der KpdSU) schon seit den 1970er Jahren zu einer Art Unternehmensimperium entwickelte. Als Jugendorganisation arrangierte es touristische Aktivitäten, Arbeitslager, studentische Reisen und Exkursionen, Konzerte und Fernsehprogramme; es sponserte Sportmannschaften, bildete Beratungsgruppen und rief wissenschaftliche Arbeitskreise ins Leben.¹⁵¹ Es ist also nicht verwunderlich, dass viele Komsomolaktivisten nach dem Ende der Sowjetunion eigene Geschäfte und Firmen gründeten und zu erfolgreichen Unternehmern auf dem freien Markt wurden.

Staatswirtschaftliche und privatwirtschaftliche Aktivitäten verbanden sich zunehmend miteinander. Laut Gustafson widmete sich jede öffentliche Organisation der Sowjetunion auch illegalen Schattengeschäften. Prozentual nahmen diese Geschäfte in der Sowjetunion der 1960er Jahre rund zwei Prozent der Arbeitskraft in Anspruch. In den 1980er Jahren – vor Gorbatschows Perestroika – lag die Zahl bereits bei zehn Prozent. Bis zu einem Drittel des Familieneinkommens wurde innerhalb der zweiten Ökonomie erwirtschaftet:

Perfectly respectable citizens by the millions hired private tutors for their children, rented private vacation homes, bought privately-made shoes, hired private taxis, sought out medical specialists in unofficial private practices, or had their apartments painted or repaired by private workmen.¹⁵²

151 Thane Gustafson: *Capitalism Russian-Style*, Cambridge: Cambridge University Press 1999, S. 119.

152 Ebd., S.114.

Der unaufhaltsame Wandel der zweiten Wirtschaft und die Verkümmern der ersten, die sich zeitgleich mit dem Wandel der politischen Ideologien (Chruschtschows Konsumorientierung, Breschnews Stagnation, Gorbatschows Perestroika) vollzog und diesen mitverursachte, bewirkte eine grundlegende Umstellung in der Produktion, Gestaltung und Vermarktung von Gütern. Hannes Siegrist spricht diesbezüglich von einer »Konsumrevolution«,¹⁵³ wobei die strukturellen Veränderungen allein noch keine Revolution bedeuteten. Mit ihnen ging vielmehr ein Wandel der Konsumbedürfnisse einher, eine Veränderung des Geschmacks, des Begehrens, der Emotionen, der moralischen Einstellungen gegenüber Kauf und Besitztum und der kulturellen Bedeutung der Konsumgüter selbst. Um diesen umfassenden Wandel der Konsumgesellschaft verstehen zu können, muss man also über die rein äußerlichen Veränderungen der materiellen Kultur hinaus berücksichtigen, das er mit dem Entstehen sozialer Imaginationen eines besseren Lebens verbunden war, die in konkreten sozialen Praxen zum Ausdruck kamen.

Im Sozialismus wurde der Konsum zu einem Recht erhoben und zugleich politisiert. Der offizielle und der inoffizielle Konsum waren gleichermaßen symbolisch aufgeladen, wenn auch auf unterschiedliche Weise. So gestaltete sich der inoffizielle Konsum als Kampf um notwendige Verbrauchsgüter und um die (Re-)Definition der im Sozialismus vernachlässigten Konsumbedürfnisse:

Sobald Ansprüche und Träume, die sich auf das Haben, Gebrauchen und Verbrauchen von Gütern richten, sich mit der Vorstellung unveräußerlicher Menschen- und Bürgerrechte vermischen, bekommen Konsumwünsche und -ansprüche gleichermaßen den Status eines sozialen, wirtschaftlichen und kulturellen Grundrechts. Damit bekommt das Konsumieren einen höheren Sinn, der über die Alltagsbedeutung als Befriedigung physischer Bedürfnisse und sozialer Selbstdarstellung hinausweist. Die zunächst in sozialen und kulturellen Konflikten ausgehandelten, dann politisch festgesetzten Grenzen zwischen Notwendigkeiten, Annehmlichkeiten und Luxus werden durchlässig, verlieren ihre Gültigkeit, werden politisiert und in mehr oder minder formellen politischen Prozessen umdefiniert.¹⁵⁴

153 H. Siegrist: Konsum, Kultur und Gesellschaft, S. 41 ff. »Mit ›Konsumrevolution‹ verbindet sich in der Historiographie die Vorstellung einer friedlichen wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Revolution, die sehr viel direkter dem Allgemeinwohl, dem Fortschritt und dem Individuum dient als die oft mit Gewalt, Schmerz und Zwang verbundenen, politischen und institutionell-rechtlichen Revolutionen«. (Ebd., S. 42) Ich kann hier nicht ausführlicher diskutieren, ob »Revolution« eine passende Bezeichnung für den von mir beschriebenen Wandel der Konsumgesellschaft in Litauen ist; für mich ist dieser Begriff insofern brauchbar, als er Ausmaß und Intensität des Wandels verdeutlicht.

154 H. Siegrist: Konsum, Kultur und Gesellschaft, S. 35-36.

Die Prozesse der Neubestimmung standen in engem Bezug zur Welt des westlichen Konsums. Der Widerstand gegen die nivellierende staatliche Grundversorgung setzte einen Gegenpol und Orientierungshorizont voraus, dessen Funktion in der Vision eines besseren westlichen Lebens bestand. Selbst durch die abgeriegelten Staatsgrenzen der sozialistischen Gesellschaften drangen Informationen über die westliche Konsumwelt, die reicher, bunter, vielfältiger und ganz auf die individuellen Wünsche der Konsumenten ausgerichtet schien. Sowjetbürger bekamen diese Informationen meist nur sporadisch und aus zweiter Hand. Sie wurden auf Umwegen, durch Erzählungen und Mitgebrachtes von Personen vermittelt, die die Möglichkeit hatten, aus der UdSSR auszureisen. De facto handelte es sich oft um Reiseberichte aus anderen sozialistischen Ländern, die wiederum von westeuropäischen Einflüssen in diesen Ländern erzählten und eine Ahnung westlichen Konsums vermittelten. Auch die aus den lokalen Spezialgeschäften stammenden westlichen Konsumgüter oder Fernsehsendungen, wie sie etwa im Neujahrsprogramm zu sehen waren, vermittelten vage Eindrücke der westlichen Welt. Davon vor und nach dem Zweiten Weltkrieg rund ein Drittel der litauischen Bevölkerung nach Westen emigriert war, besaß zudem beinahe jede zweite Familie Verwandte in den USA, in Australien, Argentinien oder Israel, die Pakete mit einfachen Verbrauchsgütern, Geld oder zumindest Bildern westlichen Wohlstandes an ihre litauische Verwandtschaft schickten. Die über familiäre Beziehungen zusammengetragenen Informationen nährten die Vorstellungen eines besseren (westlichen) Lebens, wobei sie ebenfalls weniger der Realität, als einer eigenen, abstrakten Vision des Westens verbunden blieben, die auf Konsumbildern beruhte und damit eher ökonomischer denn politischer oder ideologischer Natur war. Noch heute ist in postsozialistischen Ländern wie Litauen ein ökonomisch bestimmtes Verständnis von Wohlstand, Fortschritt und Demokratisierung beobachtbar.¹⁵⁵

Entsprechend darf man die Fixierung auf den Konsum – die »Flucht« oder »Emigration« in den Konsum, wie einige Autoren es nennen¹⁵⁶ – nicht gleichsetzen mit einem Rückzug aus politischen Realitäten, sondern muss sie vielmehr als aktiven Widerstand, in einigen Fällen sogar als Ausstieg *aus* dem System begreifen. Es ist kaum verwunderlich, dass den Konsumgütern in einer derart »radikalisierten« Konsumgesellschaft eine wichtige kommunikative Funktion zukam: Sie dienten dazu, den kulturellen und sozialen Rahmen der Gesellschaft zu verhandeln und ihn in Objekten zu repräsentieren. Materielle Dinge erhielten auf diese Weise eine besondere, über ihren Nutzen hinausgehende Bedeutung und wurden als direkte Identifikationsobjekte, als »Verlängerung« des Menschen erlebt.¹⁵⁷ Somit erhielt die oben beschriebene Atmo-

155 Vgl. D. Mason/J. R. Kluegel: *Public Opinion and Political Change*, S. 15.

156 S. Merl: *Staat und Konsum*, S. 206.

157 J. Friedman: *Globalization and Localization*, S. 242.

sphäre des im Konsumhandeln »versteckten Bürgerkrieges« eine zusätzliche Dimension: der »Kaufakt wurde zum Wahlakt, während das medial erlebte Haben mit den Augen neue Horizonte – und Illusionen – eröffnete.«¹⁵⁸ Wie Peter Niedermüller bemerkt, stiegen die Bürger der sozialistischen Gesellschaften aus dem »fragilen Konsumpakt« mit dem Staat in dem Moment aus, als sie begannen, die sozialen Imaginationen eines besseren westlichen Lebens zu pflegen und zu verwirklichen.¹⁵⁹ Der Staat war nicht mehr imstande, die Ideologie des kommunistischen Konsums aufrechtzuerhalten. In den 1980er Jahren, als das von Chruschtschow gesteckte Ziel einer kommunistischen Wohlstandsgesellschaft längst als illusorisch entzaubert und die Politik der Perestroika unumgänglich galt, entstanden zunehmend Kontakte über die Ost/West-Grenze hinweg. Die erlebte Gleichzeitigkeit der Welten nahm den sozialistischen Führern endgültig ihre ideologische Macht: »Soviet leaders could not longer create room for themselves by saying one thing for domestic consumption and something else for the outside world: they were now prisoners of simultaneity.«¹⁶⁰

Freiluftmärkte als freie Märkte?

Der Moment des Wandels von der sozialistischen zur kapitalistischen Konsumgesellschaft ist historisch nicht greifbar. Begann der Übergang am Tag der Unabhängigkeitserklärung Litauens 1990? Oder bereits im Jahr 1986, als Gorbatschow die ersten privaten Unternehmen, die sogenannten Kooperativen, legalisierte und damit den Weg für neue Produktions- und Distributionsformen ebnete? Oder vollzog sich die Wende bereits früher, als sich die Menschen im Sozialismus soziale Imaginationen eines besseren Lebens in den Kopf setzten?

Rasch wird offensichtlich, dass es sich beim Kollaps der UdSSR nicht um einen Moment, sondern um vielschichtige Prozesse handelt: um das Verschwinden der gewohnten gesellschaftlichen Strukturen, um das Entstehen von Freiräumen, Verwischen von Grenzen, Hinterfragen von symbolischen Bedeutungen und von moralischen Normen. Um Prozesse also, die nicht nur im postsozialistischen, sondern auch europäischen oder globalen Kontexten analysiert werden können und folglich weit über die Grenzen Osteuropas hinaus wirksam sind. Es geht bei der Wende aber auch um die Gleichzeitigkeit alter und neuer Marktstrukturen und um die wachsende Dominanz neoliberaler Modelle des freien Marktes, des guten Lebens und des erfolgreichen Indi-

158 H. Siegrist: Konsum, Kultur und Gesellschaft, S. 33.

159 Vgl. P. Niedermüller: Kultur, Transfer und Politik, S. 174.

160 K. Verdery: What Was Socialism?, S. 36.

viduums, mit denen neue, nicht-sozialistische Machtformen und Herrschaftsstrategien einhergehen.

Ich will den Wandel der Konsumgesellschaft und der Konsumerfahrung in Litauen nach der Wende anhand eines konkreten Falls beschreiben: dem Entstehen von Freiluftmärkten als einer für Litauen besonderen, nicht sozialistischen und auch nicht westeuropäisch-kapitalistischen Form des Marktes. Das Beispiel scheint mir besonders geeignet, weil Freiluftmärkte Konsumräume darstellen, die noch heute existieren und somit in einer bis in die sozialistische Zeit zurückreichenden Kontinuität stehen; zugleich spiegelt sich in ihnen die lokale und globale Verschiebung von Macht und Märkten.

Freiluftmärkte – sogenannte *talkučkė*¹⁶¹ – wurden schon zu Zeiten des Sozialismus zu wichtigen Konsumräumen, in denen defizitäre Lebensmittel, Kleidung, Haushaltsgeräte und andere Dinge des täglichen Bedarfs gehandelt wurden. Manche dieser Waren kamen auf illegalen Wegen aus staatlichen Geschäften oder Fabriken, andere wurden in Privatbetrieben hergestellt, und wieder andere wurden aus dem sowjetischen Ausland oder sogar Westeuropa eingeschmuggelt. Wie in jeder größeren sowjetischen Stadt gab es auch in Vilnius zwei für den Verkauf selbstgezüchteter Gemüse und Früchte vorgesehene Marktplätze, die sich in den 1980er Jahren radikal veränderten. Sie wurden nun von illegalen, amtlich als »Spekulanten« bezeichneten Händlern bevölkert, denen jedoch weder Verbote, Beschimpfungen in der Presse noch Razzien der Miliz etwas anhaben konnte, zumal neben der Zahl der Verkäufer auch die der Käufer täglich wuchs. Der Wunsch nach einem besseren Leben drängte die Menschen geradezu zu einem Konsumverhalten, das in diesen Räumen Ausdruck fand:

Ich denke an meine Eltern. Im Jahr 1985-86, als Gorbatschow an die Macht kam, erwärmte sich das politische Klima. Die Leute begannen zu reisen und sie sahen, dass es dort mehr und bessere Dinge zu kaufen gab, dass die Auswahl größer war. Aber das alles kostete Geld. Ich erinnere mich, wie meine Eltern damit begannen, Lampen aus der Tschechoslowakei nach Litauen mitzubringen. Dann begann die Großmutter meines Mannes zusammen mit seinem Großvater illegal Strickjacken zu stricken und auf dem Markt zu verkaufen. Sie haben uns verschiedenste Geschichten erzählt, wie sie immer wieder vor den Milizionären fliehen mussten. Mein Vater hat Holzschuhe geschnitzt, Sandalen mit Holzsohlen und ledernen Riemchen. Dann nähten meine Eltern schreckliche Taschen aus einem PVC-ähnlichen Stoff. Damals waren westliche Modezeitschriften die große Neuigkeit. Also nahmen sie eine Seite aus einer solchen Modezeitschrift, mit allem – Preisen, Beschreibungen, Kleidergrößen – nähten sie hinter eine Klarsichtfolie, und schon war das eine schöne Handtasche mit Bild. Wenn ich mich heute daran erinnere, scheint mir das völlig absurd, aber die Taschen konnten sie sofort auf dem Markt verkaufen. (Marta)

161 Das Wort stammt aus dem Russischen und bedeutet soviel wie »Drängeln«.

Litauen, Lettland und Estland besaßen innerhalb der Sowjetunion das Image eines sowjetischen Westens, was das Angebot an den in diesen Republiken erhältlichen Waren anging, darunter Textil, Bernstein- und Silberschmuck, Schokolade, Sekt, polnische und andere ausländischen Güter, die legal oder illegal erhältlich waren. Zu diesem Image trug natürlich die geographische Lage Litauens am westlichen Rand der Sowjetunion bei; westliche Einflüsse und Waren erreichten das Land am ehesten. Insbesondere polnische Verkäufer erhöhten dabei die Internationalität und Popularität der litauischen Freiluftmärkte.¹⁶² Während es für Litauer schwierig war, die westliche Grenze der Sowjetunion zu überqueren (selbst die Einreise nach Polen und in andere sozialistischen Länder galt als heikel), hatten Polen weniger Schwierigkeiten, mit Hilfe von Beziehungen nach Litauen zu kommen, Kleidung oder elektronische Geräte aus dem Westen und Asien ins Land zu schmuggeln und billige litauische Produkte nach Polen zurückzuführen.

Auf den Freiluftmärkten wurden Geschäftsideen entwickelt, Grundlagen für spätere Unternehmen und Firmen gelegt und es wurde Kapital angehäuft. Neben der Versorgung mit Waren und der Kapitalakkumulation ging es beim Handel indes auch um das Ausleben konsumbezogener Träume und Leidenschaften, die sich im Kauf und Verkauf westlicher Güter und ihrer Imitate niederschlug. Da die Kaufkraft der Konsumenten nur in Ausnahmefällen für westliche Qualitätswaren ausreichte, wurde mit Kleinigkeiten und Fälschungen gehandelt, die gleichwohl große symbolische Bedeutung besitzen konnten, da der Kaufakt im Kontext des politisierten Konsums und des wachsenden Widerstandes gegenüber dem kommunistischen Regime einem politischen Wahlakt nahekam. So wurden auf den Märkten der 1980er und 1990er Jahren etwa Marlboro-Plastiktüten verkauft, auf denen hübsche Cowboys in Blue Jeans und Lederjacken auf Pferden in der Freiheit der amerikanischen Prärie zu sehen waren. Diese Bilder wirkten mehr als bunt und exotisch im »grauen« sozialistischen und später postsozialistischen Alltag; verschiedenste Freiheitswünsche ließen sich nach Bedarf in sie hinein interpretieren. Einkaufstüten gehörten schließlich zu den wenigen Dingen, die sich alle Bürger leisten konnten, und sie kauften und benutzten sie, solange die Plastikgriffe hielten. Bei dieser Form des Konsums handelte es sich um das Ausleben einer abstrakten Vision des Westens; als westlich ausgewiesene Waren wurden geschätzt, ohne dass man sich bemüht hätte, Imitate westlicher Labels als Originale auszugeben. Die symbolischen Bedeutungen und Imaginationen des westlichen Lebens verbanden sich mit den realen Erfahrungen und Einflüssen des Westens zu einer ganz eigenen Mischung aus Altem und Neuem – zu einer Erfahrung von Modernität in der Endzeit der Sowjetunion, die ich mit der

162 Vgl. P. Hohnen: A Market Out of Place.

ironischen und treffenden Formulierung von Caroline Humphrey als »Karl Mars und Friedrich Snickers«¹⁶³ umschreiben möchte.

An dieser Stelle müssen indes auch die politischen und ökonomischen Umbrüche der Zeit in Betracht gezogen werden, welche es erforderlich machten, alternative Versorgungsräume und -weisen zu erfinden. Die Perestroika vermochte die gegen die sozialistische Regierung gerichtete Stimmung in der litauischen Bevölkerung nicht aufzufangen. Litauen war die erste der damaligen baltischen Sowjetrepubliken, die ihre Beziehungen zur Zentrale der kommunistischen Partei der UdSSR im Jahr 1989 beendete und am 11. März 1990 ihre Unabhängigkeit erklärte. Schon im April des gleichen Jahres stellte Moskau ein Ultimatum, in dem mit einer ökonomischen Blockade gedroht und ein Widerruf der litauischen Unabhängigkeitserklärung verlangt wurde. Die Versorgung mit Öl, Rohstoffen und Benzin wurde daraufhin stark eingeschränkt. Die Wirtschaftsblockade dauerte nur 74 Tage, doch die politische Unklarheit und der Druck aus Moskau blieben noch lange bestehen und beeinflussten alle Bereiche des gesellschaftlichen Lebens.¹⁶⁴ Wie Pernille Hohnen übereinstimmend mit Katherine Verdery und Michael Burawoy festhält, entstand in dieser Situation ein »relatives Vakuum« an ökonomischen Strukturen und Versorgungsmechanismen. Die sozialistische Wirtschaft funktionierte nicht mehr und die in hohem Maße von ihr abhängige Schattenwirtschaft brach größtenteils zusammen, weil sie nicht fähig war, unabhängig zu existieren.¹⁶⁵ Zwar gab es seit Mitte der 1980er Jahre eine legale privatwirtschaftliche Versorgung mit Konsumgütern, doch handelte es sich bei den sogenannten »Kooperativen« meist um kleine Kioske, die selbst fabrizierte oder importierte Waren, oft nur Alkohol, Zigaretten und Süßigkeiten, verkauften. Die Kooperativen bildeten keine dichte und funktionierende Versorgungsstruktur und mussten politische Umwälzungen und ökonomische Turbulenzen erst noch überstehen.

Das alte System verschwand und neue Strukturen konnten nur langsam geschaffen werden; ausländische Investoren trauten sich in den 1990er Jahren kaum, ein so heißes Pflaster wie das litauische zu betreten. Auch der gesetzliche Rahmen der Gesellschaft entsprach nicht mehr ihrer Lebenswirklichkeit. Die Grenzen zwischen Legalität und Illegalität verschwammen; es mangelte beispielsweise an einer Preiskontrolle, so dass Händler den Wert ihrer Ware beliebig verändern konnten, eine Situation, die zur Entstehung von kriminel-

163 C. Humphrey: *Creating a Culture of Disillusionment*, S. 50.

164 Im Januar 1991 unternahm die sowjetische Armee den gewaltsamen Versuch, das litauische Parlament zu stürmen. Die letzten sowjetischen Soldaten verließen Litauen im Sommer 1993. Die Ökonomie Litauens litt Anfang der 1990er unter Bankenkrise und Inflation. Nach einem kurzen Aufschwung 1995 legte die Russlandkrise im Jahr 1997 das ökonomische Leben im Lande erneut lahm.

165 Vgl. P. Hohnen: *A Market Out of Place?*, S. 3.

len Gruppen und Erpressungsmechanismen führte. Viele Fabriken mussten ihre Produktion stoppen oder begrenzen, weil sie aus anderen sozialistischen Republiken keine Rohstoffe mehr erhielten. Noch im Jahr 1995, das eigentlich als Jahr des ersten Wirtschaftsaufschwungs gilt, wurde die Situation der Arbeitnehmer in einem Bericht für das Entwicklungsprogramm der Vereinigten Nationen über die soziale Lage in Litauen folgendermaßen beschrieben:

Personen, die in diesen seit Jahren dahinsiechenden Betrieben arbeiten, bekommen knapp 50 Litas [ca. 15 amerikanische Dollar, A.V.]. Sie sind nicht arbeitslos und können deswegen auch keine Arbeitslosenhilfe in Anspruch nehmen. Zugleich arbeiten sie nicht, weil die Betriebe kurz vor der Schließung stehen und ihnen keine Arbeit geben können. Es gibt also weder Geld noch einen Grund, den Arbeitnehmern mehr zu bezahlen, weil sie unfreiwillig beurlaubt oder dazu gezwungen sind, mehrere Tage pro Woche in Zechen, Arbeitszimmern oder Lagern herumzuhängen [...].¹⁶⁶

Auch wenn den Konsumenten ein immer größeres Angebot an Waren verfügbar war, reichte das litauische Durchschnittseinkommen zu Beginn der 1990er Jahre nur für ein paar westliche Süßigkeiten, eine Banane oder eine Flasche ausländischen Biers. Was zudem entstand, war ein Defizit an billigen Gütern einheimischer Produktion.¹⁶⁷ Die ehemals staatlichen Geschäfte hatten nichts anzubieten, und die potenziellen Konsumenten nichts auszugeben, weil Fabriken, Kolchosen und andere Erwerbsinstitutionen oft monatelang nicht in der Lage waren, sie adäquat zu entlohnen. Es konnte zum Beispiel passieren, dass ein Arbeiter einer Textilfabrik sein Gehalt nicht in Banknoten, sondern in Strümpfen erhielt, die er dann verkaufen oder in andere Waren eintauschen musste. Aufgrund des Geldmangels, des Zerfalls der zentralisierten Vertriebsstrukturen, dem Fehlen von Banken und der geringen Verbindlichkeit von Verträgen beruhte die Konsumgüterwirtschaft größtenteils auf persönlichen Vereinbarungen. Auf diese Weise erreichten Tausch und Bestechung in der Nachwendezeit nie dagewesene Ausmaße; die prekäre Situation führte zu einer Art Naturalienökonomie, die laut Katherine Verdery mehr Ähnlichkeiten mit feudalistischen als mit kapitalistischen Strukturen aufwies.¹⁶⁸

Zusätzlich zur damaligen Währung, dem Rubel, wurden Anfang der 1990er Jahre in Litauen die sogenannten Talonas gedruckt, die zunächst zu-

166 Pranešimas apie žmogaus socialinę raidą Lietuvoje 1995. Jungtinių tautų vystymo programa, S. 34. www.un.lt/images/socialine_raida/lt/HDR1995_LT.pdf [Bericht über die soziale Entwicklung in Litauen 1995. Entwicklungsprogramm der Vereinigten Nationen] vom 20. Januar 2007.

167 Vgl. Hilary Pilkington: *Looking West? Cultural Globalisation and Russian Youth Culture*, University Park: Pennsylvania State University Press 2002, S. 219.

168 K. Verdery: *What Was Socialism?*, S. 206.

sammen mit dem Rubel umliefen und ihn dann später ablösten. Die Talonas blieben anfangs an den russischen Rubel gebunden; erst 1993 wurde mit dem Litas die endgültige Währung Litauens eingeführt, die an den amerikanischen Dollar und im Jahr 2000 dann an den Euro geknüpft wurde. Das wenige Geld, das den Menschen zur Verfügung stand, war in seinem Wert also instabil und wurde überdies international lange Zeit nicht akzeptiert. Deswegen handelte man auf den Märkten und in nicht-staatlichen Geschäften eher in Dollars, Deutscher Mark oder Gold.¹⁶⁹

In dieser Situation eröffnete 1990 am Rande von Vilnius der legale Freiluftmarkt Gariūnai. Handelsaktivitäten, die bis zu diesem Zeitpunkt unerlaubt gewesen waren, wurden nun staatlich institutionalisiert. Wie Pernille Hohnen gezeigt hat, waren die Jahren 1990 bis 1994 die goldene Zeit für Gariūnai. Der Markt expandierte rasch und wurde zu einem Handelszentrum für die ganze ehemalige UdSSR – zu einem Ort, an dem sich vielfältige transnationale Geschäftsbeziehungen kreuzten:

After the collaps of the Soviet Union and Lithuanian independence in August 1991, borders were open and the access provided to countries like Turkey, China, and Thailand where supplies could be obtained cheaply. In addition, although officially an independent country, it has taken a while to make the Lithuanian border control work, and during these early years there was in reality no control of imports of goods into Lithuania. ›There were no Lithuanian borders, no import rules, not any control. Some people made a lot of money, because nothing was illegal at that time.‹¹⁷⁰

Gariūnai stand für den einzigen funktionierenden und transnationalen freien Markt in einer Zeit, in der die litauische Politik vor allem nach innen, auf die Wiederherstellung des Nationalstaates und die Abgrenzung von Russland ausgerichtet war. Bemerkenswert ist, dass Gariūnai in seiner Organisation und den dort gepflegten Handels- und Konsumformen eher einem orientalischen Basar, als einem freien Markt westeuropäischen Zuschnitts ähnelte. In einem Land wie Litauen, das seine Unabhängigkeitsbewegung und die postkommunistische Transformation ausdrücklich als Weg »zurück nach Europa« verstand, wurde eine solche Form von Transnationalität keineswegs nur begrüßt.

Aus Sicht der litauischen Regierung wurde es tatsächlich bald notwendig, die ›Schieflage‹ zwischen westwärts gerichteten politischen Ideologien und den ostwärts, nach Asien und zur ehemaligen UdSSR hin geöffneten Märkten

169 Vgl. P. Hohnen: *A Market Out of Place?*, S. 25ff. Nach der Einführung des Litas 1993 wurde der Handel mit Fremdwährung verboten, doch diese Verbote wurden mangels Vertrauen in die Stabilität der nationalen Währung lange missachtet.

170 Ebd., S. 28f.

zu begründen, zumal »der Weg nach Europa« in der Öffentlichkeit nicht nur mit dem Übergang von einem politischen System zu einem anderen, sondern mit einer Bewegung von einem geographischen Gebiet in ein anderes gleichgesetzt wurde. Die litauische Presse dämonisierte Gariūnai als »falschen« Markt, auf dem vermeintlich Waren schlechter Qualität und unbekannter Herkunft verkauft und die Kunden betrogen würden. Obwohl ein großer Teil der Bevölkerung auf dem Markt handelte, die vormalig illegale »Spekulation« legalisiert und der »Spekulant« nunmehr als progressiver Händler anerkannt war, erschien Gariūnai in den Printmedien als ein kulturloser und uneuropäischer Ort. Die ethische Seite des auf diesem Freiluftmarkt zu beobachtenden Konsumverhaltens galt demnach weiterhin als problematisch.¹⁷¹

Man kann dies aus einer Kontinuität zur sozialistischen Ideologie erklären, die privatwirtschaftliche Aktivitäten ablehnte, Markthändler als Kriminelle und ihre Kunden als kulturlose Materialisten marginalisierte. Aufschlussreicher scheint mir hier indes der Zusammenhang zwischen der moralisch verkleideten Marginalisierung der Freiluftmärkte und zeitgleich in Litauen verbreiteten, westeuropäischen Ideologien, die bestimmte Marktmodelle zu etablieren und nicht-westliche Konsumräume zu verdrängen suchten: »The market not only appeared then as a non-Lithuanian global space, but also as a symptom of a rather different kind of internationalization that was both expected and wanted.«¹⁷² Das neue Ziel der litauischen Regierung bestand tatsächlich darin, den Markt zu europäisieren und zu kontrollieren. Trotz der zahlreichen ökonomischen und politischen Schwierigkeiten, wie etwa der unklaren Gesetzeslage und der Inflation, wurden damit neue ökonomische Strukturen durchgesetzt und institutionalisiert. Dies geschah auch durch »Anreize« zur Stabilisierung, Normalisierung und Demokratisierung, die von der EU oder der Weltbank nach der Devise »Zuckerbrot und Peitsche«¹⁷³ Wirtschaftshilfe mit dem Druck zur Implementierung »bewährter« Machtstrukturen und Marktmechanismen verknüpfte. Konsum war nach dem Ende der Sowjetunion in Litauen und anderen postsozialistischen Ländern, wie Frances Pine zutreffen vermerkt, somit ein kaum weniger politisierter Bereich des sozialen Lebens als zu Zeiten des Sozialismus.¹⁷⁴

171 Vgl. ebd.

172 Ebd., S.138.

173 Dorothea Bohle: »Erweiterung und Vertiefung der EU: Neoliberale Restrukturierung und transnationales Kapital«, in: Prokla: Peripherer Kapitalismus in Europa 31/128 (2002), S. 353-376, hier S. 363.

174 Vgl. Frances Pine: »From Production to Consumption in Post-Socialism?«, in: Michał Buchowski/ Edouard Conte/Carole Nagengast (Hg.), Poland Beyond Communism. »Transition« in Critical Perspective, Freiburg: Universitätsverlag Freiburg 2001, S. 209-224, hier S. 211. (=Studia Ethnographica Friburgensia; 25).

Die frühesten Versuche, die freien Märkte zu kontrollieren, zielten darauf ab, sie an bestimmte Orte zu binden. Vormalig sozialistische Läden, Kinos oder Büroräume wurden in Verkaufsräume verwandelt, in denen Einzelhändler einen Stand mieten und ihre Waren veräußern konnten. Als ausländische Investoren damit begannen, erste Supermärkte, Drogerien, Cafés und Restaurants zu eröffnen, rutschten die Freiluftmärkte moralisch und ökonomisch endgültig in die Peripherie. Sie verwandelten sich nach und nach in marginalisierte Konsumräume für marginalisierte Menschen. Zum Ende der 1990er Jahre sammelten sich dort viele »unfreiwillige Händler«¹⁷⁵ – Arbeitslose oder Frauen etwa, die als Verkäufer für andere arbeiteten. Derweil machten erfolgreiche Unternehmer, von denen viele selbst die Transformation vom Spekulanten zum Händler vollzogen hatten, einen weiteren Schritt in die etablierten und angesehenen westlichen Marktstrukturen, indem sie Firmen oder Geschäfte gründeten. Die Konsumenten ihrerseits mühten sich mit den ihnen zur Verfügung stehenden Mitteln, europäisch und westlich zu werden; sie näherten sich ihren Visionen eines guten Lebens, indem sie in den schönen neuen Geschäften schöne Dinge erwarben. Dies bedeutete oftmals große finanzielle Anstrengungen, da die durchschnittliche Kaufkraft niedrig war, während sich viele der neuen Läden mit ihren Luxusartikeln an der Minderheit der Wohlhabenden orientierten:

Als ich mein Universitätsstudium abschloss, hatte ich schon ein halbes Jahr parallel im Ministerium gearbeitet, als Senior Advisor. Das war eine ziemlich verantwortungsvolle Stelle, aber das Gehalt betrug nur 400 Litas. Ich hatte mir damals ein Parfüm ausgeguckt, das ich mir selbst zum Abschluss meines Studiums schenken wollte, und als ich mein Diplom bekam, bin ich direkt in das Geschäft gegangen, um es zu kaufen. Dort hat sich dann herausgestellt, dass das Parfüm mehr kostete als mein ganzer Monatsgehalt. (Dana)

Für die meisten Litauer erwies sich der tägliche Konsum trotz des verbesserten Angebots als keineswegs einfacher. Der Schritt vom *suchenden* zum *wählenden* Konsumenten gelang nur wenigen, auf dem freien Markt erfolgreichen Menschen, die seit sozialistischen Zeiten darin geübt waren, in verschiedenen wirtschaftlichen Strukturen zugleich zu agieren und mit Privateigentum umzugehen. Für diese »Entreprachniks« (d.h. ehemalige Apparatchiks, die zu Unternehmern geworden waren), welche die Transformation aus der Motivation heraus vorangetrieben hatten, das Staatseigentum nicht nur zu regieren, sondern auch selbst zu besitzen, bedeutete der Übergang zum freien Markt eher eine Reorganisation ihres Besitzes und ihrer Beziehungen (*recombinant property*) als eine unerwartete Wende.¹⁷⁶ Zu den Entreprachniks gesellten sich

175 P. Hohnen: A Market Out of Place?, S. 30.

176 K. Verdery: What Was Socialism, S. 212.

junge, gut ausgebildete Spezialisten, die nach dem Ende der Sowjetunion leitende Positionen in einheimischen oder ausländischen Firmen einnahmen und die neuen Konsummöglichkeiten auskosten konnten. Wie erwähnt, kam der größte Teil der Bevölkerung jedoch kaum in den Genuss des veränderten Angebots. Nicht nur auf dem Land, auch in den Städten lebten viele weiterhin von preiswerten Produkten eigener Herstellung und von Vorräten, die sie mitunter noch vor dem Ende der Sowjetunion angehäuft hatten. Die Differenz zwischen dem Glanz der neuen Konsumstätten und den realen Möglichkeiten wurde so groß, dass es viele vermieden, diese Orte auch nur aufzusuchen.

Es ist somit kaum verwunderlich, dass die nach dem Ende der Sowjetunion veränderten Marktstrukturen von einem Großteil der litauischen Gesellschaft als willkürliche, unbeeinflussbare und unverständliche Gewalt begriffen wurden. Während der Staat und das Zentralkomitee der Kommunistischen Partei im sozialistischen System stets als regulierende Akteure zu erkennen gewesen waren und für Konsummängel und Defizite verantwortlich gemacht werden konnten, wurden diese Regulierungsmechanismen nach der Einführung des freien Marktes unsichtbar.¹⁷⁷ Infolge der Privatisierung, die in Litauen in Form einer Schocktherapie vorangetrieben wurde (und wird),¹⁷⁸ gelangten neben alltäglichen Konsumgütern auch ehemals sozialistische Fabriken, öffentliche Gebäude, Grundstücke, Arbeitskräfte und Qualifikationen auf den Markt. Da sie nie zur Privatisierung vorgesehen gewesen waren, ließen sie sich in ihrem ökonomischen Wert auch nicht ohne Weiteres mit Verfahren der westlichen Wirtschaftsprüfung bestimmen. Während privatwirtschaftliche Initiativen als erwünscht und notwendig galten, wurde körperliche Arbeit, im Sozialismus die würdigste Arbeitsform, nun ebenso entwertet wie das »mit den eigenen Händen verdiente«, moralisch vormals unantastbare Geld. Und wo früher der Zugang zu Konsumgütern und der Besitz beliebiger westlicher Waren ein Zeichen von Wohlstand war, traten nun Bewertungssysteme in Kraft, deren Unterscheidungen zwischen wertvollen und wertlosen, echten und unechten, teuren und günstigen Dingen erst einmal erlernt werden mussten.

Der Wandel des Konsumlebens brachte folglich neben dem der materiellen Kultur und ihrer Kommodifizierung auch neue materielle, kulturelle und ethische Wertvorstellungen hervor: »Does or doesn't money something to do with work? If money comes not from work, is greed natural? How should we

177 Ebd., S. 181; C. Humphrey: *Creating a Culture of Disillusionment*, S. 56.

178 Die Befürworter dieser Privatisierungsmethode argumentierten, dass eine schnelle Privatisierung schneller zu Wirtschaftswachstum führe; außerdem gab es Ängste, dass ein langsames Vorgehen zu einer Stagnation oder sogar zur Umkehr des Prozesses führen könnte, der als wichtigstes Indiz der postsozialistischen Transformation galt. Heute sind sich viele Experten einig, dass eine langsame Privatisierung (wie sie z.B. in Polen durchgeführt wird) erfolgreicher ist.

feel about people who want to get rich? How should we feel about ourselves if we want to get rich?»¹⁷⁹ Solche und ähnliche Fragen stellten sich allen, die innerhalb der neuen Gesellschafts- und Marktstrukturen ihre Vision eines guten Lebens zu verwirklichen suchten, eine Vision, die dabei mit materiellem Wohlstand und vor allem westlichen Lebens- und Konsumbildern verbunden blieb.¹⁸⁰ Im Gegensatz zur sozialistischen Ära, als das ›gute Leben‹ jenseits der Staatsgrenzen vermutet wurde, schien es durch die politischen und ökonomischen Umwälzungen nun in unmittelbare Nähe gerückt. Es zeigte sich an jeder Ecke und in der unmittelbaren Nachbarschaft: in den Schaufenstern neuer Geschäfte, den Medienberichten über erfolgreiche Menschen, die »wie Du und ich« bei Null begonnen hatten, und nicht zuletzt auf Werbeplakaten, die unterstellten, dass der soziale Aufstieg und materielle Wohlstand für alle, sofern sie sich nur an den Regeln des freien Marktes orientierten, zum Greifen nahe sei.

In dieser Situation wurden die neuen Konstellationen sozialer Differenz unvermeidlich bewusst gemacht, denn:

when people had to make individual choices [...], [the] inequality of initial conditions became ›exposed‹ and acquired a much greater importance. Not only have differences in individual achievements become more visible, but the public became more conscious of the differences in the opportunities to achieve.¹⁸¹

Während die ›Gewinner‹ der litauischen Gesellschaft innerhalb kurzer Zeit ökonomisches und soziales Kapital akkumulierten, blieb das ›gute Leben‹ für die meisten Einwohner des Landes unerreichbar wie eh und je. Alle machten Erfahrungen mit der neuen ›Macht‹, weil sich Personen, die die neuen Konsummöglichkeiten ausschöpfen konnten, ebenso wie jene, denen dies verwehrt blieb, mit den Ein- und Ausschlussmechanismen des neoliberalen Kapitalismus auseinandersetzen mussten. Das spätsozialistische System beruhte in Litauen auf Versprechen künftigen materiellen Wohlstands und darauf, Konsumwünsche zu provozieren, wobei der Zugang zu Konsumgütern zugleich eingeschränkt und mit Loyalitätsansprüchen dem Staat gegenüber verknüpft wurde. Anfang der 1990er Jahre bestand ein scheinbar unendliches Angebot an Konsumgütern, doch die damit entstehenden Wünsche ließen sich natürlich

179 K. Verdery: *What Was Socialism?*, S.182.

180 Laut D. Mason und J. R. Kluegel (2000) dominiert in den osteuropäischen postsozialistischen Ländern noch heute ein auf materiellen Kriterien gegründetes Verständnis von Demokratie, das aus meiner Sicht mit den sozialistischen Imaginationen vom guten Leben eng zusammenhängt.

181 Svetlana Stephenson/Liudmila Khakhulina: »Changing Perceptions of Social Justice«, in: David S. Mason/James R. Kluegel (Hg.), *Marketing Democracy. Changing Opinion About Inequality and Politics in East Central Europe*, Lanham: Rowman & Littlefield 2000, S. 77-97, hier S. 92.

nur einlösen, sofern es gelang, auf dem freien Markt Geld zu ihrem Erwerb zu verdienen.

Shopping is not bad. Malls are for people

Erinnern Sie sich an die glücklich endende Geschichte vom kleinen Mädchen, das von zu Hause fortlief, nicht etwa um die Türme der Gediminas-Burg oder die Altstadtarchitektur von Vilnius zu sehen, sondern um das als »Hauptstadt des Handels und der Unterhaltung« bezeichnete, gewaltige Einkaufszentrum Akropolis zu besuchen?¹⁸²

Wenn heute im Blick auf Litauen von Formen des Massenkonsums gesprochen wird, die den westeuropäischen vergleichbar seien, dann sind die Voraussetzungen hierfür doch erst seit etwa zehn Jahren gegeben. Zu Beginn des neuen Jahrtausends eröffneten in größeren Städten wie Vilnius, Kaunas oder Klaipėda Einkaufszentren, deren Namen Maxima, Hypermaxima, Akropolis, Ermitažas oder Europa kaum weniger imposant sind als ihre räumliche Ausdehnung. Trotz der europäisch anmutenden Namen handelt es sich dabei um Shopping Malls amerikanischen Zuschnitts, um Mischformen aus Supermarkt und Vergnügungspark, die mit Kino-Multiplexen, Restaurants, Bowlingbahnen, Spielhallen, Eislaufflächen und weiteren Freizeitangeboten um Kundenschaft werben. Um Konsumlandschaften also, die oftmals mitten im Zentrum der Städte gelegen sind und von acht Uhr früh bis Mitternacht große Mengen von Besuchern anziehen. Die Marketingfachleute unter meinen Informanten erklärten, es sei notwendig, Malls in Litauen derart aufwendig auszustatten, weil die litauischen Konsumenten wegen ihrer relativen Armut auch bei einfachen Einkäufen anspruchsvoll und vorsichtig seien. Für viele stellt der Konsumakt demnach weiterhin eine besondere Situation dar, die um Rituale und Zusatzangebote ergänzt werden muss, damit sich das Geschäft lohnt: einkommensschwache Besucher sollen sich lange in der Mall aufhalten, damit sich ihre für Kleinigkeiten ausgegebenen Beträge gewinnbringend summieren.

Tatsächlich sind in diesen Konsumräumen viele flanierende Familien, Menschengruppen und Einzelpersonen zu beobachten, die ihre Freizeit mit Schaufensterbummeln, Träumen und dem Schmieden von Konsumplänen verbringen – und nicht mit Kaufhandlungen. Für eine Beobachterin, die an die

182 Gintaras Gaidys: »Kurlink veda besaikis vartojimas?« [Wohin führt der unendliche Konsum?], in: Nachrichtenportal Delfi 27. Januar 2005, www.delfi.lt/archive/index.php?id=5917724 vom 27. Januar 2005.

Atmosphäre westlicher Supermärkte gewöhnt ist, scheint die Stimmung in solchen »Einkaufsparadiesen« kaum der des alltäglichen Konsums zu entsprechen. Es herrscht intensiver Betrieb; Aufregung, Freude und Stolz liegen in der Luft. Die Besucher kommen aus der unmittelbaren Nachbarschaft, aber auch aus angrenzenden Ländern wie Weißrussland. Selbst unter Westeuropäern gelten die Einkaufszentren als Attraktion. Akropolis etwa war während meines Forschungsaufenthaltes in Litauen 2005 ein Programmpunkt von Sightseeingtours, Klassenreisen und Betriebsausflügen. Einige meiner Gesprächspartner berichteten, ihre westeuropäischen Gäste oft in die Mall zu führen, um ihnen zu beweisen, dass Litauen im Bereich des Konsums genauso weit – wenn nicht weiter – entwickelt sei als Westeuropa. Ein Manager erzählte, er habe seinen schwedischen Kollegen Akropolis gezeigt: »Geschäft und Eisfläche, die haben so was noch nicht gesehen. Fantastisch, schön und unreal!« (Tomas)

In Litauen lässt sich seit dem Ende der 1990er Jahre ein Konsumboom feststellen, der annähernd mit den 1950er und 1960er Jahren im Westen vergleichbar ist, mit der »Konsum- und Fresswelle«¹⁸³ in Deutschland, die nicht nur die materiellen Mängel der Nachkriegszeit ausglich, sondern auch die schlechten Vergangenheitserfahrungen symbolisch herunterzuspülen half.¹⁸⁴ Kritik an dieser kollektiven Konsumbereitschaft oder Alternativen zu ihr scheint es dabei im Gegensatz zum Westeuropa der 1960er und 1970er Jahre nicht wirklich zu geben. Konsumanreize und Kauffreude werden in der litauischen Öffentlichkeit im allgemeinen als positiver Aspekt der Transformation zum materiellen Wohlstand, zur Europäisierung und zu einer zunehmenden Wahl- und Entscheidungsfreiheit gesehen. Schließlich ist es im historischen und sozialen Zusammenhang nachvollziehbar, dass Menschen Dinge erwerben, mit denen sie seit Jahrzehnten Vorstellungen eines guten Lebens verbinden, und dass sie Konsummöglichkeiten ausleben, für die sie zu gesellschaftlichen Umwälzungen bereit waren. Ebenso »normal« scheint zunächst, dass die neue Realität alte Waren schlecht aussehen lässt, so dass sie, wie Krzysztof Cibor im Blick auf die Konsumenten in Polen beobachtet hat, ausgewechselt werden müssen:

They are neither rebel warriors nor traditional environmentalists. They are normal people, who just want to buy their cars, TV-sets, mobile phones and Big Macs. They

183 Robert Jütte: »Vom Notwendigkeitsgeschmack zum Einheitsaroma. Prolegomena zu einer Sinnesgeschichte im 20. Jahrhundert«, in: Dietrich von Engelhardt (Hg.), *Geschmackskulturen*, Frankfurt/Main: Campus 2005, S. 46-57.

184 H. Siegrist: *Konsum, Kultur und Gesellschaft*, S. 27. Ob die 2009 einsetzende Wirtschaftskrise den Konsumboom in Litauen nachhaltig bremst, ist gegenwärtig nicht absehbar.

don't want to cultivate their gardens any more. They dream about Costa Brava or Gran Canaria.¹⁸⁵

Vor dem Hintergrund dieser »Normalisierung« erklärt sich, weshalb die wenigen, in Tageszeitungen oder Online-Nachrichtenportalen zu lesenden konsumkritischen Äußerungen meist mit dem Argument beiseite gewischt werden, man solle die Menschen selbst darüber entscheiden lassen, was und wie viel sie kaufen wollen, und man solle sie nicht bevormunden, wie dies im Sozialismus der Fall war.

Eine größere Kontroverse zum neuen Konsum und den Shopping Malls entflammte allerdings Ende 2004, als bekannt wurde, dass neben Akropolis ein Hochhaus mit weiteren Geschäften und Büros errichtet werden sollte. Gegen das bereits von der Stadt genehmigte und schon im Bau befindliche Gebäude protestierten vor allem Stadtplaner mit dem Argument, dass die um die Shopping Mall sich erstreckende, naturgeschützte Landschaft beeinträchtigt würde. Später stellte sich heraus, dass die Grenzen des Naturschutzgebietes verlegt worden waren, um den Bau zu ermöglichen. Die Gegner des Vorhabens behaupteten, dass das 15-stöckige, auf einem Hügel über der Stadt gelegene Gebäude sichtbarer wäre als die historische Gediminas-Burg in Vilnius' Stadtzentrum, das wichtigste Wahrzeichen der Hauptstadt.¹⁸⁶ Der Skandal zog eine Diskussion über die Shopping Mall selbst nach sich, die mittlerweile der Hauptstadt selbst den Rang abzulaufen und mit der Stadtverwaltung überdies auf merkwürdige Weise verhandelt schien. Im Rahmen dieser Debatte wurde auch ein Verlust nationaler, immaterieller Werte thematisiert, der durch die enorm gestiegene Konsumorientierung der Bevölkerung verursacht galt. Doch abgesehen davon, dass sich Einwohner über die illegalen Machenschaften der beteiligten Unternehmen aufregten, wurde der Rekurs auf nationale Werte und der Versuch, sie den materiellen Orientierungen gegenüberzustellen, von vielen Diskutanten eher als fortschrittsfeindliches Moralisieren verstanden. Einige meiner Informanten verteidigten die pragmatische unternehmerische Perspektive, als ich sie auf die öffentliche Diskussion ansprach:

Ich halte es für lächerlich, den Fortschritt verhindern zu wollen. Sehen Sie, Akropolis ist nicht Teil des Stadtwappens geworden. Und wird es nie werden, denn wie alt ist Akropolis? Drei Jahre? Und die Gediminas-Burg? 700 Jahre. Akropolis wird

185 Krzysztof Cibor: »Between Consumerism and Politics There Is No Place for a Fresh Carrot. On the Phenomenon of the »Dzialka««, in: Plotki 3, S. 1-2, hier S. 2. www.cablepet.de/plotki/past_issues/plotki4/articles/Seite46.htm vom 28. Februar 2005.

186 Vgl. Jūratė Nedveskaitė: »»Akropolis« taikosi i sostines simbolį?» [Strebt Akropolis es an, Symbol der Hauptstadt zu werden?], in: Nachrichtenportal Delfi vom 13.12.2004, www.delfi.lt/archive/index.php?id=5643048 vom 16. Juni 2008.

nicht zum Symbol von Vilnius werden. Aber wenn die Provinz und die Weissrussen hinfahren – fine! Die Leute haben sowas noch nie gesehen, lass' sie fahren! [...] Das Schloss hingegen haben schon alle besucht und man muss sich nicht davor vorbeugen. Geh hin und kauf ein, wenn du Lust hast, ich sehe da keine Probleme. (Mantas)

Lässt man einmal beiseite, dass der Bau des Hochhauses aufgrund der öffentlichen Missbilligung unterbunden wurde, zeigt diese Diskussion, dass der nationale Diskurs seine Dominanz und Allgemeingültigkeit, wie sie noch Ende der 1980er und Anfang der 1990er Jahre gegeben war, längst verloren hatte. Er wurde von einer Rhetorik des Fortschritts, des Wohlstands und der Verwestlichung unterwandert und stellte keine Alternative dar.¹⁸⁷ Das Streben nach materiellem Wohlstand, der Wille zur Erneuerung und die Bereitschaft zum ökonomischen Wachstum wurden im öffentlichen Diskurs eher den nationalen Tugenden zugerechnet als ihnen gegenübergestellt.

»Shopping is not bad. Malls are for people,«¹⁸⁸ ließe sich also die Kaufstimmung in Litauen zusammenfassen. Doch man muss sich auch mit der Frage auseinandersetzen, welche Konsumräume und welche Güter für welche Menschen bestimmt und zugänglich waren. Mit der Etablierung der kapitalistischen neoliberalen Machtstrukturen entstanden Nischenmärkte; Präferenzen und Geschmack der Konsumenten wurden zunehmend zu einem »bestimmenden Klassifikationsprinzip« im Sinne von Pierre Bourdieu,¹⁸⁹ das eine repräsentierte soziale Welt hervorbringt. Um den eigenen sozialen Status repräsentieren zu können, reicht es dabei heute nicht mehr aus, zu kaufen und zu haben; man muss sich in den neuen Wertungs- und Wertesystemen auskennen und materielles Kapital für den Erwerb bestimmter, dem eigenen Geschmack entsprechender Güter akkumulieren. Die Verlierer in dieser Situation sind vor allem die ärmeren und älteren Menschen, von denen ein Großteil seine Rente in der sozialistischen, heute nicht mehr existenten Arbeitswelt verdiente:

Heute gibt es alles, aber die Rente, die sie verdient haben, ist eine sowjetische. Man kann das erklären, aber sie verstehen das nicht ... Ich kann einem Rentner sagen: »Sie haben in der sozialistischen Zeit gearbeitet und eine sozialistische Rente verdient. Schließen Sie die Augen und stellen Sie sich das vor – Sie haben sich den sozialistischen Konsum verdient. Sie gehen in ein Geschäft, stehen in einer Schlange und bekommen nur Knochen. Die gekochte Wurst war schon um 14 Uhr alle und das Bier war sauer und war bereits um 15 Uhr aus. So ist das, das haben Sie gekauft!« Die wollen, die können das nicht verstehen. (Vincas)

187 Im Sozialismus galt der nationale Diskurs (zumindest in seiner litauischen Ausprägung) als Alternative zur dominanten politischen Ideologie.

188 Krzysztof Cibor: *Between Consumerism and Politics*.

189 Pierre Bourdieu: *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*, Frankfurt/Main: Suhrkamp 1987, S. 307.

Viele Menschen müssen sich nach wie vor am Notwendigkeitsgeschmack¹⁹⁰ orientieren. Sie haben kaum Möglichkeiten, aber auch kaum Anlass, ihren sozialen Status durch Konsumgüter und Lebensstile zu repräsentieren. Die meisten von ihnen ziehen sich in alternative, nicht mehr anerkannte Konsumräume zurück, wie eben die Freiluftmärkte, die Karl Schlögel zufolge als »Orte des Ausgleichs«¹⁹¹ dienen. Ähnlich wie im Sozialismus ergänzen sie die gültigen Konsumwelten und funktionieren durch »Ausbeutung der Differenz«. Sie nutzen nicht nur Preis-, Einkommens- oder Wohlstandsunterschiede zwischen östlichen und westlichen Ländern, sondern beuten auch die sozialen Unterschiede innerhalb der Gesellschaft selbst aus. Zwar können diese Konsumräume als »Zentren einer europäischen Modernisierung«¹⁹² von unten betrachtet werden, doch innerhalb der offiziellen politisch-ökonomischen Ideologie finden sie wenig Beachtung aufgrund ihres niedrigeren symbolischen und moralischen Status.

In diesem Kontext können sich deshalb schon jene als Gewinner schätzen, die nicht auf marginalisierte Konsumräume und Konsumformen zurückgreifen müssen. Die wenigen überdurchschnittlich wohlhabenden Personen, zu denen auch viele meiner Informanten gehörten, machen in der litauischen Konsumwelt zwar eine absolute Minderheit aus,¹⁹³ sind jedoch am ehesten sichtbar. Zum einen, weil ihr materieller Besitz innerhalb ihrer relativ armen, aber konsumorientierten Umgebung besonders auffällt und starke symbolische Bedeutung gewinnt, zum anderen, weil sie mit ihrer materiellen Umgebung regelmäßig in den Medien als Erfolgsmodelle präsentiert werden.

Feinkostläden, Boutiquen und andere exklusive Konsumräume, die auf dieses vergleichsweise neue Marktsegment abzielen, gibt es im Zentrum von Vilnius erst seit wenigen Jahren, wie mir die Leiterin der Anfang 2000 eröffneten Max Mara-Niederlassung mitteilte:

Zuvor gab es viel Schattenwirtschaft und organisierte kriminelle Banden, die Geld hatten. [...] In den letzten fünf Jahren aber hat sich eine wohlhabende Oberschicht mit großem Geld entwickelt. Geschäftsleute, die irgendwelchen dubiosen Unternehmen nachgingen, haben diese nun transparent und offiziell gemacht und begonnen, Steuern zu zahlen. Es zeigten sich Millionäre, keine Schattenmillionäre, sondern offizielle, und es entstand eine Schicht, die sich Prestige leisten kann, und das heißt: teure Reisen, schicke Autos, Mode, weltbekannte Labels. (Jolita)

190 Vgl. ebd., S. 289ff.

191 Karl Schlögel: *Marijampolė oder Europas Wiederkehr aus dem Geist der Städte*. München, Wien: Hanser 2005, S. 18.

192 Ebd., S. 11.

193 Rund 2-5 % der litauischen Bevölkerung sind so wohlhabend, dass ihr Lebensstandard im gesamteuropäischen Vergleich als überdurchschnittlich hoch gilt.

Konsumenten von Luxusgütern halten sich kaum in den neuen Shopping Malls auf, sondern besuchen lokale Edelboutiquen, sofern sie nicht ohnehin in Westeuropa einkaufen, was in den Augen der übrigen sozialen Schichten Ausdruck von Reichtum und Unabhängigkeit ist. Im Vergleich zu westeuropäischen Märkten ist das exklusive Segment in Litauen zwar klein: Max Mara hat in Vilnius, einer Stadt mit 553.000 Einwohnern, nur einige hundert kaufkräftige Kunden und einer Auskunft der BMW-Filiale zufolge werden an 1.000 Einwohner pro Jahr nur drei neue Autos verkauft, derweil der westeuropäische Durchschnitt um ein Vierfaches höher liegt. Doch diese Zahlen spiegeln weder die Bekanntheit noch das Prestige dieser Marken und der Orte, an denen sie erhältlich sind. Im Allgemeinen gleicht der Konsum der Gewinner eher einer Art Investition als einem herkömmlichen Konsumakt, da sich ihr Kaufhandeln im Kontext der Privatisierung von Boden, Bauten und Gütern und damit in Dimensionen vollzieht, die nicht jedem zugänglich sind.

Wichtig sind diese Befunde, weil sie verdeutlichen, dass soziale Differenzierung zunehmend über den Konsum verläuft. Das bedeutet gleichwohl nicht, dass den Konsumräumen klar definierte soziale Klassen zugeordnet wären. Die Existenz solcher Klassen, deren Definitionen in Bezug auf westliche Gesellschaften entwickelt wurden, ist im Kontext der postsozialistischen Gesellschaften ohnehin umstritten.¹⁹⁴ Für sinnvoller halte ich es, auf die Uneindeutigkeit des Differenzierungsprozesses im sozialen Umfeld Litauens hinzuweisen. Zweifelsohne gibt es hier genau wie in Westeuropa die Tendenz, dass ärmere Menschen in Billigmärkten einkaufen, während wohlhabendere die Innenstädte und reiche nur exklusive Konsumräume frequentieren. Doch gerade in der sogenannten Transformationsgesellschaft erweisen sich die Grenzen zwischen den sozial und räumlich markierten Konsumpraxen und ihren symbolischen Bedeutungen als fließend. Einerseits gibt es noch kein breites Spektrum an spezialisierten Konsumräumen wie in Westeuropa und damit nur begrenzte Möglichkeiten für eine symbolische und soziale Differenzierung. Andererseits bestehen in vielen Fällen erhebliche Diskrepanzen zwischen der materiellen Situation und der sozialen Stellung. Diese Diskrepanzen sind im Konsumalltag beobachtbar, wenn etablierte Akademiker, Staatsbeamte oder Ärzte die ihrem sozialen Status adäquaten Konsumräume nicht oder nur teilweise nutzen können und Shopping Malls, Second Hand-Läden und Flohmärkte besuchen müssen, um mit ihrem geringen Einkommen im Alltag klar zu kommen. Es ist deshalb problematisch, im Blick auf Litauen von einem durch differenzierten Konsum erzeugten Raum der Lebensstile zu sprechen, in dem soziale Positionen klar markiert wären; das Leben der meis-

194 Vgl. Ingrida Gečienė: »Democracy and the Middle Class: Western Theoretical Models In A Post-Communist Context«, in: Carol Harrington/Ayman Saleem/Tamara Zurabishvili (Hg.), *After Communism. Critical Perspectives on Society and Sociology*, Oxford, Bern, Berlin: Peter Lang 2004, S. 235-255.

ten Litauer ist ein Patchwork von Stilen und Geschmäckern und überdies von Diskrepanzen zwischen ihrem sozialen und materiellen Kapital geprägt.

Selbst wenn diese Uneindeutigkeit Benachteiligte irritieren mag, ermöglicht sie doch zugleich Improvisationen und den kreativen Umgang mit noch nicht verfestigten sozialen Hierarchien, Machtstrukturen, legislativen und moralischen Normen. Oft hörte ich während meiner Feldforschung Geschichten von Personen, die als erfolgreich und wohlhabend galten und mit dem Ziel des besseren Lebens und sozialen Aufstiegs vor Augen teure Wagen durch Vilnius fuhren, obwohl sie in kleinen Plattenbauwohnungen lebten. Andere besaßen Villen, zumindest als Fassade zur Straßenseite hin, während Fußboden und Inneneinrichtung fehlten, um ihren sozialen Aufstieg und die erfolgreiche Transformation ihres Lebens nach außen darstellen zu können. Wie mir ein Interviewpartner erklärte, konnte man die Freiräume und Improvisationsmöglichkeiten so geschickt nutzen, dass sich damit »Geld aus der Luft« verdienen ließ:

In Litauen herrscht jetzt eine Situation, in der Du Geld aus Luft machen kannst. Ein Freund von mir beispielsweise, er hat kein eigenes Unternehmen, lebt aber wunderbar, weil er Luft verkauft. Nicht das er irgendwie nur überlebt, er hat keinerlei finanziellen Probleme, ihm fehlt nichts. Er verdient einfach durch verschiedenen Unsinn. Zum Beispiel findet eine Versteigerung statt – die Stadtverwaltung verkauft Immobilien, eine Wohnung, die jemand nicht bezahlen konnte oder sowas – es ist ja klar, dass diese ganzen Auktionen heutzutage gekauft sind, es wird im Voraus abgemacht, wer teilnehmen und wer gewinnen wird. Da kommen ein paar Freunde vom Bürgermeister, einer hebt den Anfangspreis von einer Million um einen Litas und das war's ... [...] Also eine Spezialisierung meines Freundes besteht darin herauszufinden, wo solche Sachen stattfinden. Er ist 35 Jahre alt, ein solider Mensch in einem guten Anzug, mit Schlips ... Er nimmt noch einen weiteren Freund mit, beide haben Lederkoffer und gehen zur Versteigerung. Dort erschrecken sich alle, weil ja alles verabredet war, und hier kommen nun plötzlich irgendwelche Leute. »Was wollen Sie denn hier?«, wird gefragt, und sie sagen: »Wir sind zur Auktion gekommen, haben das Geld mit und werden die Wohnung kaufen.« »Jungs, ihr kriegt jeder 20.000 Litas, damit ihr von hier verschwindet«, wird ihnen gesagt. »Okay«, sagen sie, nehmen das Geld und gehen. Solche Möglichkeiten gibt es. (Tomas)

Mit Beispielen aus dem Konsumalltag habe ich die Transformation von der sozialistischen zur kapitalistischen Konsumgesellschaft Litauens dargestellt. Dabei wurde nicht nur der makroökonomische Wandel skizziert; ich habe auch dargelegt, wie sich der Konsum als Form gelebter Erfahrung veränderte. »Konsum« wurde dabei weniger als isoliertes soziales Phänomen, sondern vielmehr als Erfahrung der Moderne und als kulturelle sowie soziale Praxis konturiert, die in Strategien zur Verwirklichung sozialer Imaginationen des »guten Lebens« integriert ist. Ich habe auf die Materialität dieser Imaginationen

nen hingewiesen, die in den postsozialistischen Gesellschaften eine besondere, historisch gewachsene symbolische Bedeutung besitzt. Dabei ist auf einer strukturellen Ebene deutlich geworden, dass der Wandel nicht linear verläuft und dass unterschiedliche soziale und ökonomische Strukturen parallel bestehen. Im Blick auf den Konsumalltag habe ich Brüche und Kontinuitäten zwischen Vergangenheit und Gegenwart, zwischen alten und neuen Strukturen und Praktiken verzeichnet, die von Individuen erlebt und geschaffen werden, um die Herausforderungen des gesellschaftlichen Wandels bewältigen zu können. Schließlich habe ich das empirische Nebeneinander eines politischen, ökonomischen und kulturellen Wandels beschrieben, in dessen Rahmen gesellschaftliche Strukturen entstehen, soziale Differenzen und kulturelle Kategorien redefiniert und neue Subjektivierungsformen beobachtbar werden, von denen nun im Folgenden die Rede sein wird.

Vom situativ handelnden zum unternehmerischen Individuum

Mein Interesse am Wandel des Individuums gilt den Transformationen des Selbst (*transformations of self*)¹⁹⁵ und den Veränderungen vom Subjektivierungsformen. Unter dem »Selbst« ist mit Katherine Verdery ein ideologisches Konstrukt zu verstehen, das Individuen durch moralische Normen situativ mit ihrer sozialen Umgebung verbindet und sie zu Individuen ihrer eigenen sozialen Welt macht. Verdery begreift das Individuum als Schauplatz verschiedener Konstrukte des Selbst, die in unterschiedlichen Situationen zum Einsatz kommen.¹⁹⁶ Die Vielfalt dieser Konstrukte ist jedoch nicht unbegrenzt. Wie Nikolas Rose und Judith Butler bemerken, ergibt sich die Bandbreite möglicher Subjektivierungsformen als Effekt historischer Machtkonstellationen und Gesellschaftsverhältnisse: »Subjectification is thus the name one can give the effects of the composition and recomposition of forces, practices and relations that strive or operate to render human beings into diverse subject forms, capable of taking themselves as the subjects of their own and others practices upon them.«¹⁹⁷ Entsprechend wird das Subjekt nicht als Einheit, sondern als Ansammlung solcher Effekte betrachtet, die sich mit dem Wandel der Konstellationen und Verhältnisse, in die es eingebettet ist, ändert und neu formt. Das Subjekt ist also nichts Gegebenes, und es unterliegt nicht nur dem Einfluss bestimmter Machtverhältnisse, sondern entsteht vielmehr erst durch diese: »Power not only *acts on* a subject, but in a transitive sense, *enacts* the subject into being,« wie Judith Butler formuliert.¹⁹⁸ Subjektivierung verbindet

195 Vgl. Aihwa Ong: *Flexible Citizenship: The Cultural Logics of Transnationality*, Durham: Duke University Press 1999.

196 K. Verdery: *What Was Socialism?*, S. 53.

197 Nikolas Rose: *Inventing Ourselves. Psychology, Power and Personhood*, Cambridge: Cambridge University Press 1998, S. 171.

198 Judith Butler: *The Psychic Life of Power. Theories in Subjection*, Stanford: Stanford University Press 1997, S. 13.

den menschlichen Körper mit seiner sozialen Umgebung und das Innen mit dem Außen des Lebens. Nicht Sozialisation oder Sprache, sondern Konstellationen verschiedener, dem Individuum zur Verfügung stehender Ausdrucksweisen (*assemblages of enunciation*) schaffen das Selbst.¹⁹⁹ Es ist grundsätzlich sozialer Natur und wird durch die dem Individuum zur Verfügung stehenden *self narratives* immer weiter ausgestaltet (*storied forth*).²⁰⁰

In einer Gesellschaft wie der litauischen existieren unterschiedlichste Arten der Selbstbildung, wobei es hier um jene geht, die sich dominant in die Logik der herrschenden politischen und ökonomischen Ideologien einschreiben und die öffentliche Leitbilder ebenso prägen wie individuelle Selbst- und Fremdbilder. Als Beispiele wären die Idee des Kollektiv-Menschen im Sozialismus oder die des unternehmerischen Individuums im neoliberalen Kapitalismus zu nennen. Auch wenn dominante Formen der Selbstbildung in allen Bereichen des sozialen Lebens wirksam sind, konzentriert sich diese Analyse auf die Arbeitswelt, in der die regulative Wirkung makroökonomischer Strukturen am deutlichsten beobachtbar wird. Aufschlussreich scheint dabei weniger die »Macht der Ökonomie«, die sich im Arbeitsleben offenbart, als die ihr vorgängige »Ökonomie der Macht«, von der Tomas Lemke, Susanne Krasmann und Ulrich Bröckling sprechen. Damit sind Mechanismen gemeint, durch die Arbeitskraft konstituiert wird: »Lebenszeit muss in Arbeitszeit synthetisiert, die Individuen an den Ablauf des Produktionsprozesses fixiert und dem Zyklus der Produktion unterworfen werden; Gewohnheiten müssen ausgebildet, Zeit und Raum in feste Schemata eingefügt werden.«²⁰¹

Da ich die Transformationen des Selbst als Konstellation verschiedener Effekte verstehe, betrachte ich diesen Prozess nicht nur als einen ausschließlich »von oben« gesteuerten und durch strukturellen Wandel verursachten, sondern zugleich als einen, der auch »von unten«, also durch den Umgang einzelner Akteure mit strukturellen Zwängen gestaltet wird. Die Transformation des Selbst kommt in unterschiedlichen Lebensmodellen, Selbstentwürfen, kulturellen Praxen und symbolischen Repräsentationen zum Ausdruck, die nicht zwangsläufig und nicht lückenlos strukturell reglementiert sein müssen.

Eine andere Zeitlichkeit

Während der Feldforschung befragte ich meine Informanten zu den Herausforderungen, denen sie auf ihrem Berufsweg begegnet waren und zu ihren Strategien, diese zu meistern. Viele von ihnen, darunter erfolgreiche Unternehmer und leitende Angestellte, waren bereits im sozialistischen Litauen be-

199 Vgl. N. Rose: *Inventing Ourselves*, S. 174.

200 Vgl. ebd., S. 176.

201 T. Lemke/S. Krasmann/U. Bröckling: *Gouvernementalität*, S. 26.

rufstätig gewesen. Auch wenn sie zum Teil schon damals hohe Positionen bekleideten und ein überdurchschnittliches Einkommen bezogen, brachten ihnen erst ihre Initiativen auf dem freien Markt Wohlstand und, sofern nötig, internationale Konkurrenzfähigkeit. In unseren Gesprächen verweisen sie immer wieder darauf, dass die Umstellung vom staatlich kontrollierten, sozialistischen Markt zum freien kapitalistischen mit einem Wandel vom »alten« zum »neuen« Menschen einherging. Ein charakteristisches Beispiel hierfür gibt Eva, die 40-jährige Vorsitzende des litauischen Hotel- und Gaststättenverbandes.

Eva lebt heute von früheren Investitionen und arbeitet »nur noch zum Vergnügen«. Kurz vor dem Ende der Sowjetunion erhielt sie dank ihres Anglistik-Abschlusses eine Stelle im neuen Inturist-Hotel in Vilnius, das nur ausländischen Gästen offenstand und der strengen Kontrolle der sowjetischen Sicherheitsdienste unterlag. Nach dem Ende der Sowjetunion wurde sie von ihrem Chef aufgefordert, sich im Ausland fortzubilden. Gemeinsam mit Kolleginnen bewarb sich Eva bei mehr als hundert Hotels weltweit und wurde schließlich vom litauischstämmigen Geschäftsführer des Luxushotels Ramada in New York City eingeladen. Der New Yorker Hotelbetrieb konfrontierte Eva und ihre Kolleginnen mit neuen Arbeitsweisen und einem ihnen unbekannten materiellen Überfluss:

Wir durchliefen alle Abteilungen und schauten uns an, wie sie dort arbeiten. Da saß eine Frau Ingenieur, die für die Renovierung von drei Hotelzimmern zuständig war, und ihr wurden alle verfügbaren Kataloge mit Fliesen und Teppichen vorgelegt. Sie blätterte die Kataloge durch, und bevor sie zur Mittagspause ging sagte sie: »Oh, I am so tired!« Wir schauten sie an und fragten uns, ob sie sich wohl über uns lustig machte? Wenn man damals bei uns eine Sorte Fliesen haben wollte, musste man durch ganz Litauen reisen. Und hier: alles wurde ihr ins Arbeitszimmer getragen und vorgelegt, sie brauchte nur mit dem Finger drauf zu tippen, und das hieß dann: »tired« (lacht) ... (Eva)

Aufgrund ihrer Erfahrung konnten die Mitarbeiterinnen eines (post-)sowjetischen Hotels nicht begreifen, dass das *Auswählen* und dass materieller *Überfluss* mit Arbeit verbunden sein können. In ihrem eigenen Berufsalltag fühlten sie sich vor allem von dem *Mangel* an Dingen, von Tätigkeiten des *Suchens* und *Arrangierens* beansprucht oder behindert. Aufgrund solcher Konfrontationen mit den strukturellen Bedingungen des freien Marktes und der westlichen Konsumgesellschaft wurden sich viele Berufstätige der grundsätzlichen Unterschiede zwischen dem suchenden sozialistischen und dem wählenden kapitalistischen Konsumenten bewusst.

Nach Litauen zurückgekehrt, fand Eva Anstellung in einem privaten, gerade eröffneten Luxushotel in Vilnius, für ein damals unvorstellbar hohes Ge-

halt, wie sie selbst meint. Als ich sie daran erinnere, dass dieses damals ungewöhnlich prächtige Hotel mit Mafia und Geldwäsche assoziiert wurde, erwidert sie, dass es sich beim einzigen Investor um einen wohlhabenden, litauisch-stämmigen Engländer gehandelt habe, der es als Freizeitvergnügen betrachtete, die ursprünglich als einfaches Motel geplante Herberge mit teuren Antiquitäten auszustatten. Das öffentliche Misstrauen gegenüber diesem Projekt verdeutlicht jedoch, dass Ausmaß und Wachstum des Privateigentums im Litauen der frühen 1990er Jahre über die Vorstellungskraft und den Erfahrungshorizont der meisten Menschen hinausgingen und unglaublich schienen.²⁰² Die Prinzipien des freien Marktes mussten erst verinnerlicht werden; ein verändertes Zeitgefühl und Lebenstempo erwiesen sich als unumgänglich.

Eva wurde wenig später von einem vermögenden ausländischen Investor angesprochen, der eine erfahrene lokale Geschäftspartnerin suchte. So kam sie zu ihrem eigenen Unternehmen, einer Kette von Restaurants im Stile englischer Pubs, die sie neun Jahre lang besaß und führte. Evas Restaurants waren die ersten ihrer Art in der Stadt, und sie wurden wegen ihres »demokratisch-westlichen« Service geschätzt, wie Eva sagt. Ihr Team bemühte sich, Angebot und Bedienung westlichen Standards anzugleichen, zumal die Kundschaft zunächst fast ausschließlich aus Touristen und in der Stadt arbeitenden Westeuropäern bestand. Dafür musste ein modernes Ambiente geschaffen, vor allem aber mussten Mitarbeiter ausgebildet und eingestellt werden, die das Prinzip westlicher Gastronomie begriffen. Aus Sicht von Eva regulierte der Markt dabei vieles auf »natürliche Weise«: Kellner, die anfangs zum Lächeln gedrillt werden mussten, hätten rasch begriffen, dass ein freundlicher Gesichtsausdruck das Trinkgeld erhöht. Schließlich seien die meisten von ihnen jung, flexibel, anpassungsfähig und darum bemüht gewesen, auf »westliche Art« zu agieren. Schwieriger sei es mit den Köchen gewesen: »Wer wurde schon Koch in der sowjetischen Zeit? [...] Nur Personen, die in keinem anderen Beruf Fuß fassen konnten. Da saßen irgendwelche Frauen in der Küche und rollten Fleischklöße.« Also engagierte Eva Köche aus dem Ausland, um Schulungen und Beratungen in ihren Restaurants durchzuführen:

Bei den Ausländern, die zu uns zum Arbeiten kamen, handelte es sich vorwiegend um jüngere Männer. Sie waren schockiert, als sie die Frauen in unserer Küche sahen, die beim Kartoffelschälen saßen und über ihre Kinder oder ihr unglückliches Eheleben tratschten. Sie sagten, man müsse die Hälfte dieser Frauen entlassen. Damals liefen die Umdrehungen unserer Leute eben noch langsamer ... Am Ende ha-

202 Elizabeth C. Dunn (Privatizing Poland, S. 28ff.) führt ähnliche Beispiele aus dem polnischen Kontext an. Sie berichtet, dass die Einwohner einer Stadt die Privatisierung einer Fabrik als illegal ablehnten, weil das Tempo und der finanzielle Aufwand der Privatisierung im damaligen Zusammenhang irreal und unglaublich erschienen.

ben diese Frauen uns nur noch gebremst, sie blieben als Hilfskräfte zum Abwaschen. Wir haben sie nach und nach ausgetauscht. Dann kamen jüngere Männer und Frauen und man spürte den Unterschied deutlich. Sie hatten einen anderen Zugang zu ihrer Arbeit als eine Frau, die müde und schlecht gelaunt ist, weil ihr Mann betrunken nach Hause kommt ... Dieser Prozess hat ungefähr zwei Jahre gedauert. (Eva)

In Evas Bericht wird zwischen den alten, nach den »Umdrehungen« der sozialistischen Welt getakteten Menschen und den neuen unterschieden, die sich bereits an das Tempo des Kapitalismus angepasst haben. Doch worin bestanden die »schockierenden« Unterschiede zwischen den älteren, in der sozialistischen Küche arbeitenden Frauen und den jungen, westlich orientierten Männern, jene Unterschiede also, welche die Integration in die neue Arbeitswelt verhinderten? Inwiefern erweisen sich die »Umdrehungen« der damaligen und der heutigen Menschen als verschieden?

Um diese Fragen zu beantworten, müssen die beiden abweichenden zeitlichen Ordnungen und zeitlich strukturierten Lebenswelten in Betracht gezogen werden, die zum Ende der sozialistischen Ära aufeinander stießen. Im Gegensatz zum Kapitalismus, in dem die Kompression von Zeit für die Beschleunigung der Kapitalzirkulation und somit für das Funktionieren des politisch-ökonomischen Systems essentiell wichtig wird, gab es im Sozialismus keine Zeitdynamik dieser Art.²⁰³ Die sozialistische Zeitlichkeit unterschied sich von der kapitalistischen vor allem darin, dass der sozialistische Staat die Zeit unter Kontrolle hielt – sie zu verlangsamen, starr und unflexibel zu machen suchte, um die Bevölkerung auf diese Weise von möglichen, nicht staatskonformen Aktivitäten fernzuhalten. Die Strukturen der Mangelwirtschaft stellten dabei verschiedene Mechanismen bereit, um die aufgezwungene Verlangsamung und Vergeudung der Zeit zu fördern. Ein Beispiel ist das Schlangestehen, das die menschlichen Körper buchstäblich stillhielt und stundenlang immobilisierte. Die Suche nach Konsumgütern und das Stillen von Alltagsbedürfnissen nahm die meiste freie Zeit in Anspruch.²⁰⁴ Durch ausbleibende Lieferungen und ineffiziente Arbeitsorganisation entstanden in der Arbeitswelt Zeiträume, die abgewartet werden und später, wenn der Vollzug des Fünfjahresplanes anstand, in Form von Überstunden nachgeholt werden mussten, was den Berufstätigen wiederum ihre individuelle Zeit stahl. Überdies beanspruchte der Staat

203 Zur zeitlichen Beschleunigung im Kapitalismus siehe David Harvey: *The Condition of Post-modernity. An Inquiry into the Origins of Cultural Change*, Cambridge: Blackwell 1995. Zum Vergleich der kapitalistischen und sozialistischen Zeitlichkeit siehe auch K. Verdery: *What Was Socialism?*, S. 37.

204 Katherine Verdery (*What Was Socialism*) führt Beispiele extremer Kontrolle der Privatsphäre und Zeitlichkeit aus der Defizitgesellschaft des sozialistischen Rumänien an. Unter anderem beschreibt sie, wie die Menschen den Rhythmus ihres Alltages der zeitlich begrenzten Warmwasser- und Gasversorgung anpassen mussten.

Zeit, um seine Macht zu zelebrieren, für Demonstrationen und zahllose Komitees, die regelmäßig und besonders intensiv am Heiligen Abend, zum amtlich nicht anerkannten Unabhängigkeitstag Litauens und anderen potenziell »gefährdenden« Zeitpunkten eingeplant wurden. Der Versuch, solche Zeiten privat zu nutzen, konnte zu Repressionen seitens des Staates führen.

Sozialistische Konzeptionen des Individuums

Der Mangel an individueller Zeit in der offiziellen Zeitplanung des Sozialismus ist nur nachvollziehbar, wenn man bedenkt, dass im ideologischen Projekt des »sozialistischen Menschen« das Individuum als eine auf die Produktionssteigerung ausgerichtete Maschine²⁰⁵ und als Teil des Kollektivs, der »people-as-one«²⁰⁶ konzipiert wurde. Der sozialistische Staat versuchte nicht nur, das Leben seiner Bürger zeitlich zu synchronisieren und ihre Existenzen durch die standardisierte Versorgung mit materiellen Dingen äußerlich anzugleichen. Er bemühte sich auch, die Bürger sozial und ethnisch gleichzustellen; geschlechtliche, nationale oder soziale Differenzen galten der egalitären Ideologie zufolge als überwunden.

»Ein Mensch ist dem anderen Kamerad, Freund, Bruder« – so lautete die kollektivistische Losung des sozialistischen Lebens in einem 1986 erschienenen Schulbuch über die sowjetische Lebensweise.²⁰⁷ Waren die ökonomischen Voraussetzungen dieses Prinzips im kollektiven Volkseigentum und der kollektiven Arbeitsorganisation verankert, so lag seine politische Grundlage »in der Einheit des sozialistischen Volkes – in den geteilten ideologischen und politischen Zielen und den gemeinsamen sozialen Interessen der arbeitenden Menschen.«²⁰⁸ Gemäß dieser Ideologie konnte nur das Umfeld eines Kollektivs, in der ein Mensch in allen Lebenslagen in Beziehung zu anderen Mitgliedern des Kollektivs und damit zum ganzen »Volk« stand, die vollkommene Entfaltung des sozialistischen Individuums ermöglichen:

Die sozialistische kollektive Arbeitsweise ist zugleich auch Lebensweise, da sie die Gewohnheit und das Bedürfnis erzeugt, im Kollektiv zu leben und die wichtigsten Probleme zusammen mit dem Kollektiv zu lösen. Eine charakteristische moralische

205 Elizabeth C. Dunn (2004, S. 3ff.) zeigt, dass tayloristische Ideen der Arbeitsrationalisierung großen Einfluss auf die Arbeitsorganisation in der Sowjetunion hatten.

206 K. Verdery: *What Was Socialism?*, S. 93.

207 Vgl. Nikolajus Ivanovičius Azarovas: *Gyvenimo būdas – tarybinis: knyga aukštesniųjų klasių moksleiviams* [Die sowjetische Lebensweise. Ein Buch für fortgeschrittene Schüler], Kaunas: Šviesa 1986, S. 60.

208 Ebd.

und geistige Eigenschaft des sowjetischen Menschen ist sein Respekt der Meinung des Kollektivs gegenüber und sein Wille, des Kollektivs wert zu sein.²⁰⁹

Wie Oleg Kharkhordin in seinem Buch über das Kollektiv und das Individuum im sozialistischen Russland (1999) zeigt, war das Kollektiv nicht nur ein Lebens- und Arbeitsprinzip, sondern auch ein repressiver Machtapparat. Kharkhordin beschreibt unterschiedliche Kollektivisierungsmaßnahmen, die in der Sowjetunion etappenweise durchgeführt wurden und zum Ziel hatten, das Individuum durchschaubar und kontrollierbar zu machen. So setzte die Chruschtschow-Führung Bürger-Patrouillen ein: sie hielt die Mitglieder eines Arbeitskollektivs dazu an, »freiwillig« Gruppen zu initiieren, die durch regelmäßiges Abschreiten der Straßen für Ordnung im öffentlichen Raum und die Überwachung der Mitbürger sorgen sollten. Breschnew wiederum begann einen »Kampf gegen den Vandalismus«, in dessen Folge Individuen, die sich aus der Masse des Kollektivs abzuheben suchten, aus den Städten in ferne Gegenden verbannt wurden.²¹⁰

Soviet individuals were »simple« by definition. They were open to the gaze of a neighbour and expressly possessed the same simple needs and interests as the neighbour did. This fundamental transparency meant »openness« to understanding by those who were like oneself, and, in particular, to control from above.²¹¹

Gleichwohl gestaltete sich die Kollektivisierung und Vereinheitlichung des individuellen Lebens im sozialistischen Alltag nicht so einfach, wie es im ideologischen Projekt des sozialistischen Menschen vorgesehen war. Bekanntlich bestanden Unterschiede zwischen sozialen Akteuren und Gruppen, die durch politisch-ökonomische Strukturen und individuelle Initiativen geschaffen und aufrechterhalten wurden. Männern und Frauen wurden trotz der ideologisch vorgegebenen Gleichheit unterschiedliche Rollen im Privat- und Arbeitsleben zugeschrieben, und hierfür wurden unterschiedliche soziale Bedingungen geschaffen. Obwohl das Bild der gleichberechtigt arbeitenden Frau und Mutter konsequent propagiert wurde, bekleideten Frauen in der realen Arbeitswelt meist niedrigere Positionen und verdienten weniger als Männer. Diese Form von »Gleichberechtigung« wurde von Frauen als Doppelbelastung empfunden, da sie zusätzlich zu ihrer Arbeit für den Haushalt und die Versorgung der Familie verantwortlich waren. Im ideologischen Diskurs war die Energie der Männer der Produktionssteigerung vorbehalten; sie sollten sich zuhause für den nächsten Arbeitstag regenerieren können.

209 Ebd., S. 63.

210 Oleg Kharkhordin: *The Collective and the Individual in Russia. A Study of Practices*, Berkeley: University of California Press 1999, S. 279.

211 Ebd., S. 301.

Unausgesprochene Differenzen innerhalb des ›sozialistischen Volkes‹ wie diese boten den sowjetischen Bürgern im Zusammenspiel mit Imaginationen eines besseren Lebens, die auf den westlichen individualisierten Lebensstil hin orientiert waren, genügend Anlässe dafür, um ihre eigene Zeit und Individualität zu streiten. Sie bemühten sich, in den Besitz begehrter Objekte zu kommen und sich auf diese Weise mithilfe äußerlicher Zeichen zu individualisieren, und sie beteiligten sich an schattenwirtschaftlichen Aktivitäten. Um Zeit und Individualität wiederzuerlangen, gab es individuell und gemeinschaftlich verfolgte Wege: man erledigte Besorgungen innerhalb der Arbeitszeit, beschäftigte sich inoffiziell mit der Produktion und dem Vertrieb von Mangelwaren oder pflegte persönliche Kontakte. Frauen etwa wussten es für sich zu nutzen, dass der Staat das Image der Arbeiterin propagierte (und dies als Beleg sozialistischer Emanzipationsbestrebungen auch tun musste). Innerhalb der Arbeitszeit konnten sie sich als ›Entschädigung‹ für ihre Mehrfachbelastung ein bestimmtes Maß an Freiheiten in Form nicht-beruflicher Aktivitäten erlauben, ohne den Verlust ihres Arbeitsplatzes befürchten zu müssen. Larissa Lissjutkina zufolge wurde die Arbeitswelt zum Ende der sozialistischen Ära immer mehr nach dem Modell eines Haushalts organisiert, in dem Sekretärinnen mütterlich ihre männlichen Chefs umsorgten, die im Gegenzug ›übersahen‹, dass die Arbeitszeit für nicht-berufliche Aktivitäten genutzt wurde.²¹²

Viele Bürger der Sowjetrepublik Litauen gingen somit einen impliziten Vertrag mit dem Staat ein, insofern sie sich, um ihre persönliche Zeit auszuweiten und informelle Aktivitäten zu pflegen, nach außen zu seinen ideologischen Devisen bekannten. Dies führte im Laufe der Jahre dazu, dass sich »nicht der konkrete Mensch, sondern die konkrete Arbeit« auflöste und »die Arbeitswelt in ihrem universalistischen Anspruch von zahlreichen arbeitsfremden Funktionen verschluckt [wurde] und kollabierte.«²¹³ Alexei Yurchak sieht einen Zusammenhang zwischen dieser Entwicklung und einem veränderten Umgang mit der politischen Ideologie, der in der Zeit des Spätsozialismus deutlich geworden sei. Laut Yurchak wurde damals die pragmatische Reproduktion ideologischer Formen für das Funktionieren des Staatssystems konstitutiv, während die Reproduktion ihrer Bedeutungen an Wichtigkeit verlor.²¹⁴ Dies ermöglichte eine Reinterpretation ideologischer Bedeutungen, die nicht als staatsfeindlich galt, solange die dominanten ideologischen Formen

212 Larissa Lissjutkina: »Beharrung und Stagnation: Weiblichkeitsprojekte in der Arbeitswelt Russlands 1960-1990«, in: Klaus Roth (Hg.), *Arbeit im Sozialismus – Arbeit im Postsozialismus. Erkundungen zum Arbeitsleben im östlichen Europa*, Münster: LIT-Verlag 2004, S. 179-198.

213 Ebd., S. 181.

214 Vgl. Alexei Yurchak: »Soviet Hegemony of Form: Everything Was Forewer, Until It Was No More«, in: *Comparative Studies in Society and History* 45/3 (Juli 2003), S. 480-510, hier S. 481.

weiterhin tradiert wurden: »Indeed, it allowed many Soviet people to continue adhering to Communist ideals and to see themselves as good Soviet citizens.«²¹⁵ Die ideologische Form des Kollektivs etwa wurde von ihrem ursprünglichen ideologischen Ziel abgelöst und für andere Zwecke dienstbar gemacht. Neben und innerhalb der offiziellen formellen Kollektive konnten inoffizielle und informelle entstehen: Netzwerke, Bekanntschaften und Freundschaften, die weniger dem Fortschritt im Kommunismus, denn als alternative Versorgungs- und Kommunikationsplattformen dienten und dafür genutzt werden konnten, Visionen eines besseren Lebens zu verwirklichen.

Damit wandelte sich auch die Verbindung zwischen dem Projekt der sozialen Ordnung und dem Projekt des individuellen Lebensentwurfs. Eine spezifische Form der Subjektbildung trat in den Vordergrund: das *situative* Individuum, das in offiziellen ebenso wie inoffiziellen politisch-ökonomischen Strukturen zuhause war, sich entsprechend verschiedener Verhaltenscodes bediente und unterschiedliche Aspekte seines Selbst zum Ausdruck brachte. Der sozialistische Mensch lebte folglich in zwei Welten zugleich: in jener der sowjetischen Öffentlichkeit und in seiner privaten. Beide Welten waren gleichwohl miteinander integriert und voneinander abhängig, wie ich schon im Blick auf das Verhältnis von Staats- und Schattenwirtschaft vermerkt habe. Man kann die Reproduktion ideologischer Formen und die gleichzeitige Reinterpretation ihrer Semantik also nicht vereinfachend als individuellen Widerstand gegen das System oder als Kollaboration mit dem Staat erklären. Vielmehr galt in der damaligen Situation die zur Abstimmung gehobene Hand als Antwort auf die Frage, »are you the kind of social actor who understands and acts according to the rules of the current ritual, with its connection to the larger system of power relations and previous contexts of this type?«²¹⁶

Entsprechend ist der sozialistische Mensch als auf vielfältige Weise in die sozialistische Lebenswelt integriert zu verstehen. Irreführend wäre es, darin eine bloße Konformität mit dem politischen System des Sozialismus zu erkennen und die Verbindung zwischen dem Leben des Einzelnen und der sozialen Ordnung in der sowjetischen Gesellschaft mithilfe einer Entweder-oder-Logik (Kollaboration vs. Widerstand) zu beschreiben. Das Bild des *homo sovieticus*, das ich zu Beginn dieses Kapitels vorgestellt habe, zeigt sich vor diesem Hintergrund in seiner ganzen Problematik: Es versinnbildlicht ein Individuum, das sich in der Öffentlichkeit verstellt und nur im Privaten sein »wahres Selbst« offenbart. Ohne den repressiven Charakter des sowjetischen Regimes in Frage zu stellen, scheint mir eine solche, auf Gegensätzen beruhende Dämonisierung der sozialistischen Lebenswelt und ihrer Bewohner die sozialistischen Formen der Subjektbildung kaum plausibel darzustellen, ein-

215 Ebd., S. 504.

216 Ebd., S. 486.

mal vorausgesetzt, dass man das Bild als Anspielung auf eine kulturelle Tatsache begreift. Es steht für ein ideologisches Konstrukt der Gegenwart, das Verdery und Yurchak zufolge an die Rhetorik intellektueller osteuropäischer Dissidenten der 1970er und 1980er Jahre anschließt.²¹⁷ Zugleich drücken sich in solchen Konstrukten Wissensordnungen aus, die auf Dichotomien aus den Zeiten des Kalten Krieges beruhen, aber auch auf westliche Subjektivitätsmodelle und Identitätswürfe zurückgehen, die das Individuum als souveräne, kontinuierlich-linear denkende und handelnde Einheit betrachten. Wie ich gezeigt habe, ist es im Blick auf die sozialistischen Gesellschaften plausibler, von einem situativen, in einen spezifischen sozialen Kontext eingebetteten Individuum auszugehen, das stärker auf informelle soziale Beziehungen und Netzwerke orientiert und von ihnen abhängig ist als das individualisierte kapitalistische Individuum.

Neue Subjektivierungsformen

In der Endphase des Sozialismus wurde die ideologische Vorgabe, den Kapitalismus einzuholen, erneut aufgegriffen: »The significance of Gorbachev's perestroika was its recognition that socialism's temporality was unsustainable in a capitalist world.«²¹⁸ Dieses Projekt war jedoch bekanntlich zum Scheitern verurteilt, da man Menschen, denen Mobilität und Eigenverantwortlichkeit über Jahrzehnte verweigert worden waren, hierzu hätte Aktivität und Flexibilität abverlangen müssen.²¹⁹ Während die politischen Ideologien und planwirtschaftlichen Strukturen des Sozialismus die Herausbildung eines kollektivisierten, de-individualisierten, immobilen Individuums beförderten, verlangten die Strukturen der freien Marktwirtschaft und die Ideologien der liberalen Demokratie in den 1990er Jahren nach etwas anderem. Sie machten ein flexibles, mobiles, wählendes und sich selbstkontrollierendes Individuum erforderlich, das insofern konsequent (und somit nicht situativ) handelte, als es alle Aspekte des eigenen Selbst auf dem freien Markt einsetzen musste. Im neuen Kapitalismus wurde das Individuum als Ansammlung von Eigenschaf-

217 Vgl. ebd., S. 484. Yurchak vermerkt, dass die Intellektuellen in den sozialistischen Ländern der 1980er Jahre die Überzeugung vertraten, eine Mischung ihrer Sprache mit der Sprache der Macht sei unmöglich. Er notiert, dass sich das dichotome Denken unter anderem aus neueren sozialwissenschaftlichen Theorien speiste, welche die koloniale und postkoloniale Subjektivität thematisierten und dabei insbesondere auch die Idee eines versteckten Widerstandes herausstellten.

218 K. Verdery: *What Was Socialism?*, S. 36.

219 Dies bedeutet nicht, dass die Menschen im Sozialismus nicht aktiv oder auf spezifische Weise flexibel gewesen seien. Wichtig bleibt jedoch festzuhalten, dass es sich um eine nach anderen Prinzipien organisierte Art von Flexibilität und Aktivität handelte.

ten verstanden, die entwickelt, optimiert, flexibilisiert, gesteigert und wertsteigernd verkauft werden konnten, wobei die Verantwortung hierfür dem Individuum selbst oblag und nicht mehr dem Staat oder Kollektiv.²²⁰

Natürlich stellt auch das westliche kapitalistische Selbst ein ideologisches Konstrukt dar, das der Legitimierung einer gesellschaftlichen Ordnung dient und als solches von seiner sozialistischen Variante auf den ersten Blick nicht prinzipiell zu unterscheiden ist. Tatiana Zhurzhenko hat diese Ähnlichkeit in ihrer Beschreibung von Identitätsmodellen und Formen der Subjektbildung unterstrichen, die Frauen in der postsozialistischen Ukraine zur Verfügung stehen:

The image of the successful women entrepreneur promulgated by the mass media fulfils the function of legitimization of the new market order, much like the image of the happy female Soviet worker in Communist propaganda was used in the past for the legitimization of the Communist regime.²²¹

Auch meine Informanten tendierten dazu, die Ähnlichkeiten zwischen den ideologischen Bildern des Individuums vor und nach dem Ende der Sowjetunion herauszustreichen. Auf die Frage nach der abweichenden Werteorientierung des sozialistischen Menschen erhielt ich beispielsweise die folgende Antwort:

Come on, aber er [das sowjetische Individuum] war ja ein Komsomolec! Er hatte aktiv zu sein und zu kämpfen, im Kollektiv aber auch selbst Initiative zu zeigen. Initiative war in der Schule wie im Komsomol eins der wichtigsten Dinge. *Frage: Meinen Sie also, dass sich die Werteorientierungen nicht verändert haben?* Nein, das würde ich nicht sagen: Aktivität, Umtriebigkeit, Wille, Neugier, Energie, Optimismus – alles genau wie heute. (Linus)

Allerdings verbinden sich die äußerlich ähnlichen Formen der Ideologien unter neuen strukturellen Voraussetzungen mit veränderten symbolischen Bedeutungen, Praxen, Verhaltensweisen und Orientierungen. Es ist deshalb zwischen zwei unterschiedlichen Prinzipien der Subjektivierung und zwei grundverschiedenen Konstruktionen dominanter Identitätsmodelle zu unterscheiden, die nach dem Fall der Mauer in den postsozialistischen Gesellschaften aufeinandertrafen. Damit kollidierten zugleich zwei Prinzipien der Machtausübung: Einerseits das sozialistische, das die Menschen regiert, indem es sie in Kollektive bindet, ihre Zeit verlangsamt, sie unbeweglich macht und zentral

220 E. C. Dunn: Privatizing Poland, S. 125ff.

221 Tatiana Zhurzhenko: »Free Market Ideology and New Woman's Identities in Postsocialist Ukraine«, in: The European Journal of Woman's Studies 8/1 (2001), S. 29-49, hier S. 42.

mit einer begrenzten Menge an Konsumwaren versorgt. Und andererseits das kapitalistische, das seine regulative Macht über einkommensabhängig gewährte Konsumfreiheiten ausübt und über die selbstkontrollierte Flexibilisierung und Mobilisierung des Individuums.

Als das politische System des Sozialismus endete, wurden ganz unterschiedliche Erfahrungen, Qualifikationen und Erinnerungen pauschal abgewertet. Der sozialistische Mensch verschwand im Zuge des politisch-ökonomischen Wandels nach und nach aus der Öffentlichkeit; an seine Stelle trat die moderne kapitalistische Persönlichkeit. Der implizite Vertrag zwischen dem Staat und seinen Bürgern wurde gelöst, und letztere wurden mit aus dem Westen importierten Bildern eines »neuen Individuums« sowie mit vorgefertigten Identitätsmodellen versorgt, die Erfolg in der neuen Gesellschaftsordnung versprachen, doch dem Kontext der postsozialistischen Gesellschaft kaum adäquat waren. So beschreibt Tatiana Zhurzhenko, wie das sozialistische Bild der arbeitenden Frau in der Ukraine durch zwei Identitätsmodelle ersetzt wurde: das der erfolgreichen Unternehmerin und der liebenden Mutter. Diese Modelle waren attraktiv, weil sie versprachen, die Frau von ihren vielfachen Belastungen zu befreien. Unter den konkreten sozialen Bedingungen erwiesen sie sich indessen häufig als nicht übertragbar; sie trugen sogar zu einer erhöhten Beanspruchung der Frauen bei,²²² da die meisten von ihnen weiterhin arbeiten und ihren Haushalt organisieren mussten.

Der von oben forcierte Prozess der Transformation des Individuums wies einen grundsätzlichen Widerspruch auf, den Catalin Augustin Stoica auf den Begriff des »making capitalism without capitalists« bringt.²²³ Das neoliberale Subjektivitätsmodell galt als Voraussetzung für das Funktionieren des kapitalistischen Systems, zugleich aber als sein Ergebnis, an dem die Menschen mitzuwirken hatten, indem sie ihr Selbst dem Subjektivitätsmodell anpassten. Anfang der 1990er Jahre war die Überzeugung verbreitet, dass der Einführung des freien Marktes ein Wandel der Mentalitäten folgen würde und dass sich westliche Verhaltensweisen, Arbeitseinstellungen und Denkmuster gleichsam »natürlich« durchsetzen würden. Die Naturalisierung des neuen Systems und seiner »neuen Menschen« wurde in Litauen nicht nur von politischen Ideologien der liberalen Demokratie unterstützt, sondern auch vom nationalen Diskurs des neuen litauischen Staates getragen, der die sozialistische Vergangenheit als eine von den russischen Besatzern aufgezwungene thematisierte. Gewohnte Verhaltens- und Denkweisen wurden als Überreste einer

222 Vgl. ebd.

223 Catalin Augustin Stoica: »From Good Communists to Even Better Capitalists? Entrepreneurial Pathways in Post-Socialist Romania«, in: *East European Politics and Societies* 18/2 (2004), S. 236-277, hier S. 237.

nicht-litauischen, ergo sowjetischen Mentalität kritisiert,²²⁴ und Aktivitäten, die sich nach Westen und Europa richteten, wurden im Blick auf die scheinbar ursprünglichen Nationaleigenschaften (auf-)gewertet.

Die Befürwortung eines ›natürlichen‹ Mentalitätswandels wurde von mitunter restriktiven Maßnahmen begleitet. In der Arbeitswelt wurden Beratungen, Tests und Auswahlverfahren eingeführt, um die Transformation zum postsozialistischen Individuum voranzutreiben. So erklärte Vincas, Generaldirektor einer Fabrik für Elektroteile im Gespräch, er habe sein an der sozialistischen Universität erworbenes Wissen zwar nach dem Ende der Sowjetunion erfolgreich für seine Arbeit genutzt und die von der Schließung bedrohte Fabrik zu einer führenden in Europa gemacht. Trotz dieses Erfolges mussten Vincas und seine Mitarbeiter jedoch unzählige Schulungen, Beratungen und Kurse absolvieren, die von der Weltbank und der EU zur Bedingung ihrer Anerkennung und finanziellen Unterstützung erklärt wurden: »Ich erinnere mich, wie die ersten Experten der Weltbank nach Litauen kamen und uns etwas anderes als Geld boten. Und das, obwohl wir sagten: Wir haben eine hohe Inflation, wir brauchen Geld. Aber sie legten uns Schulungen nahe.« (Vincas)

Die Fortbildungen vermittelten indes nicht nur fach- oder betriebsbezogenes Wissen. Vor allem förderten sie Selbstverantwortung und Selbstkontrolle; sie zielten darauf ab, das Selbstverständnis der arbeitenden Bevölkerung zu verändern, um deren Effizienz auf dem freien Markt zu steigern. In einer Situation, in der frühere Qualifikationen wenig galten und neue Arbeitserfahrungen fehlten, gewannen äußerliche Merkmale besondere Aussagekraft. Körperhaltung und Aussehen wurden zu Signalen materiellen Wohlstands und eines als westlich konnotierten Verhaltens; sie zeigten an, ob ein Mensch die erforderliche Transformation vom sozialistischen zum kapitalistischen Individuum vollzogen hatte und ob er bereit war, sich in die neue Arbeitswelt zu integrieren.²²⁵ Oft hielten Arbeitgeber bei der Suche nach Mitarbeitern bewusst nach Personen Ausschau, die rein äußerlich dem Image des flexiblen Individuums entsprachen. Meine Gesprächspartner ergänzten im Interview, man habe damals für eine Stelle kaum andere Qualifikationen als jene gebraucht, »Englisch sprechen zu können und smart zu sein«. Trends auf dem Arbeitsmarkt förderten Strategien der Selbst-Transformation, die in einer Neugestaltung des eigenen Körpers und der materiellen Umwelt bestanden. Die Orientierung auf den Konsum und Besitz bestimmter Güter, die mit der sozialistischen Vision des guten Lebens aufgekommen war, behielt nach dem Ende der

224 Das heißt jedoch nicht, dass in der litauischen Öffentlichkeit Übereinstimmung darüber herrscht, welche Aktivitäten, Verhaltensweisen und Einstellungen als sozialistisch betrachtet werden sollten.

225 Ein ähnliches Beispiel gibt Dunn (Privatizing Poland, S. 70ff.) mit Blick auf polnische Manager.

sozialistischen Ära somit ebenso ihre Aktualität wie die symbolische Aufwertung materieller und körperlicher Zeichen.²²⁶

Im Arbeitsalltag verlief die Transformation zum neuen Individuum indes kaum so reibungslos, wie es die importierten medialen Bildern nahelegten. Es ging dabei schließlich nicht nur um Äußerlichkeiten, sondern um tiefgreifende Veränderungen, die im Selbstverständnis, im Verhältnis zur Umwelt und zur neuen zeitlichen Organisation des Alltagslebens zum Tragen kamen. So bestand lange eine große Diskrepanz zwischen der starken Beschleunigung im privatwirtschaftlichen Bereich und der zeitlichen Ordnung, die nach wie vor im Alltagsleben und bei staatlichen Institutionen vorherrschte, und dies gilt zum Teil selbst heute noch. Wie Vincas berichtet, pflegten die Angestellten seiner Fabrik Jahre nach dem Ende der Sowjetunion nicht-berufliche Aktivitäten während der Arbeitsstunden, und auch ihr Zeitempfinden stand Ideen der Arbeitsintensivierung und Flexibilisierung entgegen. Um sich mit den täglich benötigten Gütern zu versorgen, waren sie weiterhin auf persönliche Netzwerke und Beziehungen angewiesen, deren ökonomischer Wert sich erst nach und nach verflüchtigte:

Noch vor sieben, acht Jahren hatten wir im Betrieb das Problem, dass im Frühling, wenn wir unsere Bestellungen ausführen mussten, alle Arbeiter aufs Land gefahren sind, um Kartoffeln zu pflanzen. In der sozialistischen Zeit verfolgte man das Ziel, die eigenen Bedürfnisse zu stillen. [...] Jetzt muss sich niemand mehr solche Ziele setzen: In den Schrebergärten wächst Gras statt Gurken oder Tomaten. Keiner fährt mehr aufs Land, um Kartoffeln zu kultivieren. [...] Kartoffeln gelten heute sogar als ein Lebensmittel, das nicht einmal unbedingt gesund ist. Und sie kosten 25 Litas, während ein Arbeiter in eben der Zeit, in der er Kartoffeln pflanzt, 30 Litas verdienen kann. Auf einmal hat der Markt alles reguliert. Schluss, keiner pflanzt Kartoffeln mehr. (Vincas)

Das situationsabhängige Handeln der Arbeiter – ihr situatives Selbst –, erschwerte es in der postsowjetischen Zeit beispielsweise, zeitgemäße Buchprüfungsverfahren einzuführen. Solche Verfahren setzen Individuen voraus, die auf dem freien Markt agieren, ohne ständig ihre Verhaltenscodes zu wechseln; zielorientierte, selbstverantwortliche Personen also.

Wie Vincas berichtete, empfang er in seiner Fabrik Besuch von westlichen Wirtschaftsexperten, die einen selbstkontrollierenden Typus von Angestellten anzutreffen erwarteten: Mitarbeiter, die ihre Defizite selbständig erkennen und beseitigen. Angestellte, deren Arbeitseinstellung solchen Erwartungen

226 Vgl. Frances Pine: »From Production to Consumption in Post-Socialism?«, in: Michał Buchowski/ Eduard Conte/Carole Nagenhast (Hg.), *Poland Beyond Communism. »Transition« in Critical Perspective*, Freiburg: Universitätsverlag 2001, S. 209-224, hier S. 211.

nicht eindeutig entsprach, wurden trotz ihrer Leistungen als »Problem« eingestuft.²²⁷

Wir hatten damals schon Aufträge von Samsung, und obwohl unser Produktionssystem noch nicht vollständig etabliert war, haben wir die neuen Wahrheiten bereits propagiert. Wir hatten viele Berater aus dem Westen. Einmal erschien ein aktiver Mann von Phillips, finanziert durch das PHARE-Programm. Am zweiten Tag seines Aufenthaltes kam er nach einem Rundgang durch den Betrieb zu mir und meinte zufrieden: »Ich weiß, worin ihr Problem besteht – ihre Arbeiter wissen nicht, wie sie arbeiten sollen.« Ich erwiderte, dass wir doch gute Qualität herstellten und fragte beim Übersetzer nach, was denn geschehen sei. »Wissen Sie, Herr Direktor«, meinte der Übersetzer, »er ist zu jedem der Arbeiter gegangen und hat gefragt: ›Was läuft bei ihrer Arbeit schlecht?‹ Daraufhin murmelten die Arbeiter etwas Unverständliches, was sich kaum übersetzen ließ.«

Vincas suchte zu vermitteln und bemühte sich, dem westlichen Experten die Arbeitseinstellung und die Verhaltenscodes zu erklären:

Da sagte ich dem Berater, dass er keine vorschnellen Schlüsse ziehen solle: »Wir haben in einer Gesellschaft gelebt, in der jeder viele Arten von Lügen verinnerlicht hat. Sie müssen sich vorstellen, dass Sie Menschen vor sich haben, die seit 50 Jahren wissen, wie sie in einer bestimmten Situation lügen sollen. Wenn die Vertreter des Ministeriums aus Moskau, die das Geld verteilen, zu uns kamen und unsere Arbeiter fragten, was bei uns schief lief, so wussten die Arbeiter, dass sie über schlechte Rohstoffe, veraltete Geräte und so weiter die Wahrheit sagen mussten. Weil sie wussten, dass der Vertreter aus Moskau Mittel für die Lösung solcher Probleme bereitstellen konnte. Wenn aber der Parteisekretär kam und fragte, was bei uns schief läuft, dann sagten alle: ›Bei uns ist alles gut.‹ Weil er nichts geben konnte, er konnte nur den Direktor ohne Grund entlassen, das konnte er. Dies war allen bewusst. Jetzt sagen wir den Leuten schon seit zwei Jahren, dass sie nicht lügen sollen, weil das zu Verlusten führt, aber das ist noch nicht verschriftlicht und in Gesetze gegossen, die Menschen haben keine Erfahrung damit. Sie wissen, dass sie nicht lügen dürfen, aber was sie sagen sollen, wissen sie auch nicht.« (Vincas)

Lokale Wirtschaftsexperten haben die hier angesprochene »Problematik« von Individuen, die dem neoliberalen Subjektivitätsmodell nicht entsprechen, auch in öffentlichen Zusammenhängen thematisiert. Oft wird in den litauischen Medien die fehlende Einbindung sozial schwacher Bevölkerungsgruppen in die politisch-ökonomischen Strukturen bemängelt, wobei dies meist

227 Vgl. E. C. Dunn: Privatizing Poland, S. 127. Wie die Autorin hervorhebt, ist die Existenz des selbstregulierenden, unternehmerischen Individuums für das erfolgreiche Funktionieren der liberalen Demokratie ebenso wichtig wie für das moderne Management.

mit der *homo sovieticus*-Mentalität und nicht etwa aus der inhärenten Dynamik dieser Strukturen erklärt wird. Nur folgerichtig ist, dass die Abschaffung des sogenannten »sozialistischen Erbes« als Lösung des »Problems« vorgestellt wird, während die Veränderung der sozio-ökonomischen Bedingungen, unter denen die betroffenen Bevölkerungsgruppen leben, in der Diskussion unberücksichtigt bleibt.

Ein solches Verständnis entspricht der dualistischen Weltsicht, die den öffentlichen Diskurs in Litauen seit dem Ende der Sowjetunion prägt. Aus dieser Sicht ist der Westen positiv konnotiert und wird mit Zukunft, Demokratie, Fortschritt, einem besseren Leben verbunden. Der Osten hingegen ruft negative Assoziationen im Blick auf die sozialistische Vergangenheit hervor, lässt an mangelnde Demokratie, Illegalität oder organisiertes Verbrechen denken. Diese verbreitete Dichotomie wird als sozialer Ein- und Ausschlussmechanismus genutzt. Soziale Prozesse, Phänomene oder Akteure werden mit dem sozialistischen Erbe verknüpft und erscheinen damit als etwas Negatives und zu Überwindendes, wobei das Image des vermeintlich rückständigen, gestrigen Individuums (des *homo sovieticus*) vor allem mit dem Bild alter, sozial schwacher und weniger gebildeter Menschen zur Deckung gebracht wird.²²⁸

Hierbei handelt es sich um eine Form sozialer Differenzierung, die dazu dient, Individuen zu (re-)definieren. Sie ist zeitlich markiert, insofern sie sich der Gegensätze von Vergangenheit und Gegenwart bedient und den langsamen sozialistischen Zeitrhythmus dem dynamischen kapitalistischen gegenüberstellt: »Temporality can be deeply implicated in definitions and redefinitions of the self, as selves become defined or redefined in part through temporal patterns that mark them as persons of a particular kind.«²²⁹ Es wird als Problem der neuen Arbeitswelt gesehen, dass unter sozial schwachen Bevölkerungsmitgliedern nicht nur ein Subjekttypus, sondern auch eine Zeitlichkeit vorherrscht, die der neoliberalen Beschleunigung und Flexibilisierung entgegensteht. Zugleich wird diese scheinbar für den Markt ungünstige Situation jedoch genutzt, so etwa zur Schaffung günstiger Arbeitskraft.

Tomas, der als hochrangiger Manager in der litauischen Niederlassung von Schneider Electronic arbeitet, dem weltgrößten Anbieter für Elektro- und Automatisierungstechnik, erklärte mir, in Litauen ergäben sich durch die günstige Arbeitskraft Kosteneinsparungen, die in Westeuropa undenkbar seien. Er habe viel Überzeugungsarbeit leisten müssen, bis seine westeuropäi-

228 Beispielhaft deutlich wurde diese Tendenz während eines Amtsenthebungsverfahrens gegen den populistischen Präsidenten Rolandas Paksas in den Jahren 2003 und 2004, das wegen verfassungswidrigen Aktivitäten angesetzt worden war. Paksas wurde vor allem von der sozial benachteiligten Provinzbevölkerung unterstützt, die im öffentlichen Diskurs mit dem abwertenden Begriff der »Zuckerrüben« charakterisiert wurde: als ungebildet, manipulierbar und Inbegriff sowjetischer Mentalität.

229 K. Verdery: What Was Socialism?, S. 53.

schen Kollegen begriffen hätten, dass es auf dem litauischen Markt nicht darauf ankommt, Zeit zu sparen:

Es gibt hier günstige Arbeitskraft und deren Kosten zählen für uns nicht. Ausländer, die hierher kommen, schauen hingegen nur auf die Kosten. Wir haben ihnen erklärt, dass hier alle Konzerne günstig verkaufen und dass es keine schwedischen oder französischen Preise gibt. Aber obwohl es weniger teure Geräte auf dem Markt gibt, bieten sie uns ihre teureren an, mit dem Argument: »Unsere kann man doppelt so schnell installieren und nun setzen Sie mal die Kosten für die Arbeitszeit an ...« Wir haben uns etwa zwei Jahre bemühen müssen, bis wir so niedrige Preise ausgehandelt hatten, dass wir mit denen hier in Litauen gut arbeiten konnten. Es bedurfte vieler Sitzungen und Beratungen, bis wir sie von unseren Realitäten überzeugen konnten. Ich habe eine Tabelle gemacht und gesagt: »Passt mal auf, jetzt werde ich Euch etwas erzählen über die litauische Arbeitskraft. Da sitzt irgendein Hans in einer watierten Jacke²³⁰ mit einem Schraubenzieher und bekommt dafür 300 Litās [weniger als 100 EUR, A.V.] im Monat. Also, nun verrechnet mal die 3.000 Euro eines Franzosen mit den 100 Euro des Litauers und dann kalkuliert alles von vorne durch.« Da haben sie nur mit den Augen gerollt ... (Tomas)

Wie Tomas' Bericht verdeutlicht, wurden Personen, die im Selbstbild einer westlich orientierten Gesellschaft keine Beachtung finden und in den freien Markt vermeintlich nicht integriert sind, weil sie nach einem anderen zeitlichen Rhythmus oder anderen »Umdrehungen« arbeiten, sehr wohl gezielt in den wirtschaftlichen Prozess einbezogen. Diese Art der gesteuerten Integration (die man auch als Ausbeutung bezeichnen könnte) fand auf dem Arbeitsmarkt ebenso wie auf dem Konsumgütermarkt statt, wo Konsumenten, die nur »das sozialistische Gehalt und den sozialistischen Lebensstandard verdient haben« (Vincas), zu bestimmten Zwecken an bestimmte Zeiten und Räume gebunden wurden.

Um eine solche »integrative Maßnahme«, bei der wirtschaftliche, politische und soziale Interessen zusammenfielen, handelte es sich bei einer Aktion des damaligen Bürgermeisters von Vilnius. Unter dem Motto »Wir treffen uns bei einer Tasse Kaffee« (»Iki pasimatymo prie kavos puodelio«) lud Artūras Zuokas im Rahmen seines Wahlkampfes Senioren der Hauptstadt zu einer kostenlosen Tasse Kaffee oder Tee in lokale Gaststätten ein.²³¹ Zuokas versprach sich Wählerstimmen und die Restaurants profitierten von der Auslastung, zumal die Aktion sonntags zwischen 11 und 12 Uhr, also in einer von

230 Hiermit ist eine typische Arbeiterjacke aus sozialistischen Zeiten gemeint, wie sie der *homo sovieticus* auf dem eingangs beschriebenen Bild trägt.

231 Artūras Zuokas war von 2000 bis 2007 Bürgermeister von Vilnius. Die Aktion wurde erstmalig im Jahr 2001 durchgeführt und dann bis 2006 fortgesetzt. Mehr hierzu auf der Webseite der Stadtverwaltung von Vilnius, www.vilnius.lt/newvilniusweb/index.php/101/?itemID=79754 vom 16. Juni 2008.

anderen Besuchern wenig genutzten Zeit stattfand. Zugleich zielte sie darauf ab, die wenig kaufkräftigen und deshalb passiven Gäste an ihre Konsumentenrolle zu gewöhnen, indem sie ihnen demonstrierte, dass »man auch für einen Litas Kaffee trinken und in einem schönen Ambiente sitzen kann, und dass man keine Angst haben muss, ein Restaurant zu betreten. Später kommt zu dem Kaffee vielleicht ein kleines Küchlein hinzu. Das kann man sich vielleicht nicht jeden Tag leisten, aber einmal im Monat bestimmt«. (Eva)

Die Annahme, dass solche »von oben« initiierten Werbe- und Integrationsmaßnahmen von der Zielgruppe verstanden und umstandslos akzeptiert würden, erwies sich jedoch als falsch. Die angesprochenen Senioren brachten eigene Vorstellungen von sich und ihrer Rolle in der Gesellschaft mit und wollten den Sinn und Zweck der Aktion diskutieren, anstatt sie fraglos hinzunehmen. Selbst Eva, die Vorsitzende des litauischen Gaststättenverbandes, die mir von dieser Initiative berichtete, musste lange Diskussionen mit ihrer Mutter führen, einer pensionierten Ärztin, deren »Stolz« es verbot, wegen eines Sonderangebots ins Restaurant zu gehen. »Wie? Soll ich dort als Bettlerin auftreten, nur um eine Tasse Kaffee zu bekommen?« antwortete sie Eva zufolge auf deren Überzeugungsversuch, das Wichtigste sei nicht das Sonderangebot, sondern die Kommunikation mit den anderen Gästen. Wie Eva zugab, blieb der politische und ökonomische Nutzen der Aktion jedoch offen:

Besonders am Anfang war es furchtbar: Sie [die Senioren, A.V.] brachten eigene Salate mit. Sie versuchten, die anderen Gäste zu verjagen, nach dem Motto »Das ist jetzt unsere Stunde«, oder sie begannen sich lauthals zu beklagen, der Kaffee von jemand anderem sei weißer und das Stückchen Zucker größer. Die Restaurants litten unter dieser Aktion, sie fuhren Verluste statt Verdienste ein. (Eva)

Unter Überschriften wie »Wohltäter von Kampagne ermüdet« berichteten mehrere Tageszeitungen über die mit Senioren überfüllten Restaurants, über vertriebene Gäste, mitgebrachte Kekse und andere Hindernisse, mit denen sich die an der Aktion beteiligten Gastronomen konfrontiert sahen. Mehrere von ihnen kündigten an, aus der Aktion auszusteigen.²³²

Beispiele dafür, wie das Bemühen, neue gesellschaftliche Strukturen und Rollen an die Bevölkerung zu vermitteln, durch unerwartete Reaktionen konterkariert wurde, finden sich in unterschiedlichsten gesellschaftlichen Bereichen der postsozialistischen Länder. So beschrieb mir beispielsweise der Generaldirektor von Microsoft Litauen im Interview die Anstrengungen seiner

232 »Akcija pensininkams išvargino geradarius« [Wohltäter von Kampagne ermüdet], in: Vakarų Ekspresas [Wochenzeitung Westexpress] vom 14.12.2004, www.ve.lt/?rub=1065924812&data=2004-12-14&id=1102954776 vom 03. Juli 2008.

Kollegen, Vertrauen zu den Banken als Institutionen des Geldtransfers zu wecken:

In Schulen und Kindergärten wurde den Mitarbeitern gesagt: »Lassen Sie sich EC-Karten aushändigen, weil die Gehälter ab sofort auf Ihre Kontos überwiesen und nicht mehr in bar ausgezahlt werden.« Auf diese Weise wurden viele gezwungen, die Banken zu nutzen. Aber was haben die Leute dann gemacht? Das konkrete Beispiel der litauischen Telekom: Vor zwei oder drei Jahren hat die Telekom einen Vertrag mit der Hansa-Bank unterschrieben. 4.000 ihrer Mitarbeiter wurden EC-Karten verteilt. Die Telekom ist ja ein Technologieunternehmen, dessen Mitarbeiter keine Angst vor solchen Dingen haben sollten. Doch es passierte Folgendes: An dem Tag, an dem die Gehälter überwiesen wurden, haben 90 Prozent der Mitarbeiter ihr Geld vollständig abgehoben. Weil sie den Banken nicht trauten, weil sie dachten, es sei besser, das Geld in bar zu haben, weil es dann nicht verschwinden kann. Ich hatte selbst lange Diskussionen mit meiner Mutter, weil sie anfangs Angst vor dem Geldautomaten hatte. Früher gab es das alles nicht. Jetzt ist der Mensch vielleicht schon 60 Jahre alt, da wird ihm ein Automat gezeigt und gesagt: Ab jetzt ist dein Geld hier drin! 60 Jahre hatte der Mensch sein Geld, und jetzt kriegt er eine Plastikkarte aufgezungen. Klar ist er misstrauisch. Dazu kommt, dass die paar 100 Litas auf dem Konto alles sind, was er hat. (Matas)

Wie die Beispiele zeigen, handeln gesellschaftliche Gruppen und Einzelpersonen über ihre alltäglichen Praxen, Verhaltensweisen, Wertvorstellungen und Selbstrepräsentationen die Verbindung ihres persönlichen Lebensentwurfs mit der neuen sozialen Ordnung aus. Im Prozess des Aushandelns werden strukturelle Selbstverständlichkeiten und offizielle Regeln auf mitunter kuriose, ja sogar paradoxe Weise in Frage gestellt oder (re-)interpretiert.

Auf die eingangs gestellte Frage zurückkommend, was »alte« und »neue« Individuen voneinander unterscheidet und welche Transformationen des Selbst auf dem »langen Weg« der litauischen Gesellschaft »nach Europa« beobachtbar werden, ist zusammenfassend zu antworten, dass heutige Konsumenten im Gegensatz zu den sozialistischen ihre Visionen des guten Lebens nicht mehr nach außen (auf den kapitalistischen Westen), sondern nach innen, auf das eigene Selbst projizieren. Durch die überlegte Wahl passender Konsumangebote und eines angemessenen Lebensstils sowie durch gezielte Investitionen in die eigene Person versuchen sie, Vorteile in der erfolgsorientierten »neuen« Gesellschaft zu erlangen. Elizabeth C. Dunn zufolge hat sich das »neoliberale Moment«, also die Idee des selbstverantwortlichen und sich selbst regulierenden Individuums, schon Anfang der 1990er Jahre in den post-sozialistischen Gesellschaften durchgesetzt.²³³ Viele Bürger dieser Gesellschaften können sich eine solche Identität in ihrer sozialen und materiellen Si-

233 E. C. Dunn: Privatizing Poland, S. 164.

tuation nach wie vor kaum aneignen, und sie wollen dies vielleicht auch gar nicht. Entsprechend der Gouvernancelogik wird ihnen selbst trotz der sie benachteiligenden Situation die Verantwortung für den ausbleibenden Erfolg zugeschrieben. So entstehen zeitlich markierte soziale Differenzen, die über die stereotypisierten Images des »alten«, unflexiblen, gestrigen Menschen (*homo sovieticus*) und des »neuen«, zukunftsweisenden Individuums (*homo europaeus*) in der kollektiven Imagination der Gesellschaft verankert werden.

Die Vergangenheit in der Gegenwart

In den autobiographischen Darstellungen meiner Gesprächspartner als »Gewinner« des Transformationsprozesses finden die »Anderen«, weniger Erfolgreichen gelegentlich als »Problem unserer Gesellschaft« Erwähnung. Sie werden als Bewohner räumlicher und zeitlicher Welten wahrgenommen, zu denen nur zufälliger Kontakt besteht. Die »Anderen« werden dabei über äußere und innere Merkmale charakterisiert: als älter, weniger gebildet oder von nicht-litauischer Herkunft. Aus Sicht der Interviewten ist ihr auffälligstes Merkmal jedoch die materielle Armut, die eine geistige nach sich zieht – rauhe Umgangsformen, ablehnende Einstellungen der Welt gegenüber. Jolita, die in Vilnius die Filiale von Max Mara leitet, beschreibt ihre Begegnungen mit diesen »zufälligen« Menschen wie folgt:

Manchmal kommen an unserer Boutique zufällige Frauen vorbei, irgendwelche 50-Jährigen, die einfach vorbeilaufen und sehen, dass wir Ausverkauf haben. Wie immer, so sage ich auch ihnen Guten Tag oder versuche zumindest, Augenkontakt herzustellen. Sie aber gehen verärgert an mir vorbei. Diese Frauen sind vielleicht einsam, sie beziehen eine kleine Rente, kaufen billig auf dem Markt ein und müssen sich dort mit alten Weibern herumdrängeln. Selbst unsere Verkäuferinnen bekommen ein gutes Gehalt [...], sie müssen intelligent, interessiert sein, einen Abschluss haben. Verstehen Sie, es arbeiten keine zufälligen Leute bei uns und es gibt diese Grobheit nicht mehr. Aber wenn solche Leute vorbeikommen und anfangen, mit ihren Handschuhen die Kleidungsstücke zu betasten, dann schreien wir sie natürlich nicht an – »Machen Sie das nicht, weil das 300 oder 500 Litas kostet«, sondern wir bitten nur höflich: »Würden Sie so nett sein und die Handschuhe ausziehen, weil die Sachen weiß sind?« Wir versuchen nicht, sie zu erniedrigen, aber es gibt wirklich einen großen Mangel an Kultur. Sie sind so böse, sie kommen herein und reißen und ziehen an den Kleidungsstücken: »Meine Güte, wofür wollen die hier so viel Geld!« Das sind eben die zufälligen Menschen [...], es gibt eine solche Schicht, und wenn man bedenkt, wie wenig sie haben, dann ist ja klar, dass sie ärgerlich sind. Nun werden wir nicht mehr so oft mit ihnen konfrontiert. (Jolita)

Das Beispiel verdeutlicht, dass meine Gesprächspartner sozial schwächere Personen oft als in ihren finanziellen Möglichkeiten und in ihrer Einstellung zur Welt zurückgeblieben verstehen: Personen, die es nicht vermochten, den Bruch zwischen der armen, hässlichen, unerfreulichen Vergangenheit und der neuen, schönen, reichen und positiven Gegenwart zu überwinden. Diese Sichtweise ist verbreitet und findet sich auch in der Medienöffentlichkeit.²³⁴ Die Situation der Etablierten und Erfolgreichen wird hingegen gegensätzlich dargestellt. In individuellen Selbstbildern wie den Medien scheint es, als hätten sie die vorgestellte Kluft zwischen Vergangenheit und Gegenwart längst und leicht überwunden.

Ich will auf die Mechanismen dieser symbolisch-sozialen Differenzierung näher eingehen und zeigen, wie die Erfolgsbiographien der Etablierten im Kontext des sozioökonomischen Wandels entstehen. Anhand von Beispielen lege ich dar, wie meine Informanten die gesellschaftlichen Transformationsprozesse in ihre Biographien einflechten, wie sie den Wandel ihres Lebens und ihrer Individualität biographisch darstellen, und wie sie die für ihre Gegenwart wichtigen Erfolgsgeschichten begründen. Welche biographischen »Formen der Selbstbildung«²³⁵ werden eingesetzt, um den Gewinnerstatus zu erreichen und beizubehalten?

Dem autobiographischen Gedächtnis kommt dabei die Aufgabe zu, all unsere Vergangenheit so umzuschreiben und anzuordnen, dass sie dem Aktualzustand des sich erinnernden Ich passgenau entspricht. Diese Passgenauigkeit wird durch alle unseren sozialen Kommunikationen beglaubigt, die uns ganz praktisch versichern, dass wir uns selbst gleichgeblieben sind.²³⁶

Auch wenn sich die Karrieren der »Gewinner« von den Biographien anderer Bürger unterscheiden, geht es mir hier nicht um Ausnahmen oder exotische Einzelfälle. Selbstdarstellungsstrategien geben Auskunft über kollektive Vorstellungen von Wohlstand, gutem Leben und Erfolg. Autobiographische Erzählungen sind grundsätzlich kommunikativ; sie entwickeln sich in sozialen Kommunikationsprozessen und stehen in einer kulturellen Tradition, und dies schon insofern, als sie sich einer innerhalb der Gesellschaft verständlichen

234 Der bekannte Philosoph und Gesellschaftskritiker Leonidas Donskis etwa kritisiert die »Armutskultur« der sozial schwachen Bevölkerung in Litauen – ihre negative Einstellung den Etablierten gegenüber und ihre soziale Armut. Leonidas Donskis: »The Unbearable Lightness of Change«, in: Almantas Salamavičius (Hg.), *Forms of Freedom. Lithuanian Culture and Europe After 1990*, Vilnius: Kultūros barai 2005, S. 11-34.

235 Vgl. A. Ong: *Flexible Citizenship*.

236 Harald Welzer: *Das kommunikative Gedächtnis. Eine Theorie der Erinnerung*, München: Beck 2002, S. 222.

Sprache und der sozialen Praxis des Erzählens (*memory talk, self narratives*) bedienen:²³⁷

Das autobiographische Gedächtnis ist insofern kommunikativ, als es in Form eines Wandlungskontinuums über verschiedenste Ich-konkrete Interaktionssituationen herstellt und seine (fiktive) Einheit sich darüber realisiert, dass der Ich-Erzähler von allen Interaktionspartnern als authentischer und legitimer Ich-Erzähler, als Autobiograph, akzeptiert und bestätigt wird. [...] Dass das Ich des Erzählers über die verschiedensten Situationen und Lebenszeiten hinweg als das immergleiche Ich realisiert wird, stiftet die Einheit des autobiographischen Gedächtnisses, nicht etwa die Einheit der Erlebnisse und Geschehnisse, aus denen sich die autobiographische Erzählung zusammensetzt.²³⁸

Ich will nun zeigen, wie meine Informanten ihre Vergangenheit reformulieren, und wie die »ständig aktive, rekonstruktive Verarbeitung von Widerfahrnissen und das Entwerfen von Handlungen«²³⁹ verlaufen, die im Zusammenhang des gesellschaftlichen Wandels stattfinden und damit auch die kollektive Umdeutung der Vergangenheit betreffen. Als Beispiel sollen die Berichte zweier Geschäftsmänner verschiedener Generationen wiedergegeben werden.

Antanas

Der 40-jährige Antanas begann mit seiner unternehmerischen Tätigkeit Ende der 1980er Jahre, als die Gorbatschow-Regierung die Gründung von Kooperativen legalisierte und er sich im zweiten Jahr seines Studiums befand.²⁴⁰ Zusammen mit Freunden eröffnete Antanas ein Café, als Untermieter in einer Diskothek, die im »Kulturhaus« seiner Heimatstadt Kaunas, der zweitgrößten Stadt Litauens, untergebracht war.

Ich habe Räume angemietet. Acht Quadratmeter für die Küche, sieben Quadratmeter für die Bar und fünf kleine Tische. Dann habe ich bei der Bank einen Kredit von 1.000 Rubel aufgenommen und 3.000 Rubel von meiner Mutter geliehen. Wir mussten unsere Sachen jedes Mal mit dem Taxis zum Kulturhaus bringen, weil wir kein

237 Ebd., S. 16.ff. Zum Verhältnis zwischen sozialem und kulturellem Gedächtnis siehe Aleida Assmann: *Der lange Schatten der Vergangenheit. Erinnerungskultur und Geschichtspolitik*, München: Beck 2006. Zur Gedächtnispolitik in Osteuropa siehe: Ulf Brunnbauer (Hg.), *Zwischen Amnesie und Nostalgie: Die Erinnerung an den Kommunismus in Südosteuropa*, Köln: Böhlau, 2007.

238 H. Welzer: *Das kommunikative Gedächtnis*, S. 205.

239 Margaret Mead, zitiert nach: Hanns-Georg Brose/Monika Wohlrab-Sahr/Michael Corsten (Hg.), *Soziale Zeit und Biographie. Über die Gestaltung von Alltagszeit und Lebenszeit*, Opladen: Westdeutscher Verlag 1993, S. 164.

240 Vgl. hierzu meine Ausführungen über die Freiluftmärkte im Kapitel »Konsum als Erfahrung der Moderne«.

Auto hatten. Nicht mal Saft konnte man damals einfach so im Geschäft kaufen, man musste mit dem Geschäftsführer verhandeln. Die Kaffeemaschine haben wir selbst konstruiert. Damals hat niemand mit 100 Prozent Gewinn gearbeitet – auch wir machten 1.000 Prozent Gewinn.

Als die Diskothek von kriminellen Banden in Beschlag genommen wurde und von der Polizei geschlossen werden musste, erschloss sich Antanas neue Tätigkeitsfelder. Es dauerte nicht lange, und er besaß das größte Restaurant der Stadt. Er reiste für Import-Export-Geschäfte nach Moskau und China und stieg dann in den Fischhandel ein: »Da lag der Umsatz bereits bei acht Millionen Dollar im Monat. Wir haben Fisch aus Kaliningrad nach Litauen, Estland und Russland verkauft und welchen von den Engländern, Kanadiern, Norwegern gekauft. Wir hatten Schiffe und Lagerhallen.« Auf meine Frage, woher er das für diese Tätigkeiten nötige Wissen besaß, erwiderte Antanas:

Dazu erzähle ich dir eine Geschichte. Ich hatte meine neue Wohnung eingerichtet, als mich ein befreundeter Bankier aus Kaliningrad besuchte und zu mir sagte: »Du hast Deine Wohnung so schön eingerichtet, willst Du nicht eine Bank für uns bauen?« – »Machst Du Witze?« habe ich ihn gefragt. »Keineswegs«, sagte er, »Du führst Dein Unternehmen gut, warum baust Du nicht eine Bank bei uns?« Ich kannte damals gerade mal fünf Bauarbeiter und wusste absolut nichts über das Bauwesen. So habe ich eine Bank in Kaliningrad gebaut, bis heute ist sie dort eine der größten. Mit allem: Safes, dänischen Möbeln und deutschen Bankschaltern.

Heute ist Antanas Inhaber einer Schokoladen-Manufaktur und einer Kette von Einzelhandelsniederlassungen in Vilnius. Er plant, zum größten Schokolade-Hersteller Litauens zu werden und seine unternehmerische Tätigkeit auf den europäischen Markt auszuweiten.

Darius

Der 34-jährige Darius begann seinen beruflichen Werdegang in der »neuen« Gesellschaft, mit einem Studium an der Technischen Universität in Vilnius, das er gleich nach dem Ende der Sowjetunion aufnahm. Bald ergab sich für Darius die Möglichkeit, in die USA zu reisen, wo er vier Jahre lang Marketing-Management studierte. Darius meint, diese Reise und das Studium dem Einfluss seines Vaters zu verdanken, einem ehemaligen Parteibonzen und heutigen Unternehmer; damals hätte niemand ein amerikanisches Visum erhalten. Nach der Rückkehr aus den USA widmete er sich beruflich selbständigen Aktivitäten:

Von 1994 bis 1996 habe ich Martini Rosso importiert, das Unternehmen dann aber verkauft. Ich habe mit meinen Partnern mehrere Restaurants eröffnet, die erst keinen Namen hatten und jetzt unter der Marke D'Antonio bekannt sind. Danach organi-

sierte ich Modenschows und gründete eine Werbeagentur, die jedoch während der Russlandkrise einging, weil unsere Kunden meist litauische Unternehmer waren, die durch die Krise zahlungsunfähig geworden waren. Ich war für kurze Zeit die rechte Hand des Generaldirektors von Lietuvos draudimas [Litauische Versicherung]. Dann habe ich zwei Jahre lang in einem skandinavischen Investmentfond gearbeitet und war überdies mit der Produktion von Milch und Eiskrem beschäftigt. Ich war für das Marketing und das Sortiment von neun Fabriken zuständig. Später bin ich zu einem Unternehmen für Digitaldruck gewechselt und habe mich zeitgleich mit Marketing und Unternehmensberatung beschäftigt. Diese Beschäftigung ist bis heute geblieben. [...] Ich besitze eine Firma namens Tarptautinės teisės paslaugų biuras [Servicebüro für internationales Recht], die Unternehmen Rechtsberatung und Consulting anbietet. Vor einigen Jahren habe ich zudem begonnen, aktiv in Immobilien zu investieren, in Grundstücke, Anlageobjekte, Altstadtwohnungen und ähnliches.

In der Gesamtschau unterscheiden sich die Berufswege meiner Informanten nach Alter und Geschlecht. Die beruflichen Aktivitäten älterer Interviewpartner fielen weniger vielfältig aus, ebenso wie die der Frauen, die ihre Tätigkeitsfelder seltener wechselten und meist in derselben Branche Karriere machten. Für alle meine Gesprächspartner gilt jedoch, dass sie ihr berufliches Leben beständig neu organisieren mussten, um auf dem freien Markt der litauischen Transformationsgesellschaft Erfolg zu haben und um ihren Status als Elite über die sozioökonomischen Brüche hinweg beibehalten zu können. Berufliche Flexibilität und Dynamik standen der Konstruktion einer fortlaufenden Erfolgsbiographie gewiss nicht im Wege; vielmehr waren dies Eigenschaften, durch die sich meine Informanten von anderen sozialen Akteuren absetzen glaubten. Der Präsident eines litauischen Konzerns, der zum Zeitpunkt meiner Forschung als zweitreichster Mann Litauens galt, äußerte diesbezüglich im Gespräch: »Jeder Wandel ist schmerzhaft, wenn Du nicht imstande bist, Dich neu zu orientieren. Aber ich würde das nicht als Krise der gesamten Gesellschaft bezeichnen. Für mich ist jeder Wandel gut, er erzeugt eine große, explosive Energie, die viele Möglichkeiten eröffnet. Wir leben in dynamischen Zeiten und ich bin sehr damit zufrieden. Ich fühle mich wie ein Fisch im Wasser.«

Um ihrem Selbst Kontinuität und »Passgenauigkeit« zu verleihen, müssen die »Gewinner« in ihren Selbstdarstellungen die Dualismen von Ost und West, von sozialistischer Vergangenheit und europäischer Gegenwart überwinden, die die öffentlichen Leitbilder in Litauen prägen: Leitbilder, die die sozialistische Vergangenheit mit dem Bild Russlands als aggressivem, undemokratischem Besatzerstaat gleichsetzen und den »langen Weg nach Europa«, von dem eingangs die Rede war, als Prozess der Verwestlichung vorstellen. Zugleich wird der Weg nach Europa als einer begriffen, auf dem das in der Verfassung erklärte, strategische Ziel des litauischen Staates realisierbar ist, »sich

nicht den postsowjetischen Unionen des Ostens anzuschließen.²⁴¹ Wie Irmina Matonytė feststellt, gelten Ost und West in der Wirtschaft und Politik Litauens aus politischen Gründen als unvereinbar.²⁴² Entsprechend sei es das Ziel der litauischen Wirtschaft, sich an westlichen Märkten auszurichten und europäische Standards zu erreichen. Dessen ungeachtet werden die ideologisch abgedichteten östlichen Grenzen des litauischen Staates von transnationalen Märkten und Kapitalströmen durchkreuzt. Wirtschaftsbeziehungen zu Russland und anderen östlichen Nachbarn sind für die litauische Ökonomie nach wie vor wichtig, im Blick auf die Einfuhr von Rohstoffen ebenso wie im Blick auf den Export, den Tourismus oder die Unterhaltungsindustrie.²⁴³ Es besteht also eine Diskrepanz zwischen der dominierenden, politisch begründeten Orientierung nach Westen und den wirtschaftlichen und sozialen Prozessen, die diese ideologische Grenze kreuzt.

Diese Diskrepanz war in den Gesprächen mit meinen Informanten deutlich spürbar. Offiziell werden sie als Europäer anerkannt, in ihrem beruflichen Alltag aber müssen sie für die westlichen und die östlichen Märkte gleichermaßen offen sein, um erfolgreich und konkurrenzfähig bleiben zu können. Die doppelte Orientierung mag ihren beruflichen Alltag oft wenig erschweren, haben die meisten der heute Etablierten doch im Laufe ihrer Karriere gelernt, zwischen formellen und informellen Netzwerken, Legalität und Illegalität, zwischen sichtbaren und unsichtbaren Sphären des gesellschaftlichen Lebens zu manövrieren und sich innerhalb staatlicher Institutionen ebenso wie auf dem freien Markt zu bewegen. Viele von ihnen sind schon in der sozialistischen Schattenwirtschaft aktiv gewesen, hatten zugleich hohe Posten in staatlichen Unternehmen inne und waren in der Kommunistischen Partei oder dem Komsomol tätig. Wie in allen postsozialistischen Ländern, so stammen auch in Litauen zahlreiche der heute in der Wirtschaft oder Politik erfolgreichen Personen aus der ehemaligen Nomenklatur. Gerade die jüngeren der von mir Interviewten berichteten häufig von den Vorteilen, die sich durch Eltern oder Großeltern ergaben, sofern diese Parteimitglieder und Direktoren in den staatlichen sozialistischen Institutionen waren oder als Knotenpunkte in informellen Netzwerken (wie Ärzte) fungierten.

Zugleich war es für sie problematisch, wenn diese doppelte Orientierung öffentlich bekannt wurde; die sozialistische Vergangenheit gehört zu den heiklen Bezugshorizonten der Gesellschaft. Außerdem bestand Unsicherheit

241 Zitiert nach Evaldas Nekrašas: »Litauen: Auf der Suche nach einer regionalen Identität«, in: Paulius Subačius (Hg.), Fortsetzung folgt. Essays über Litauen und Europa, Frankfurt/Main: Inter Nos 2002, S. 197-216, S. 201.

242 Irmina Matonytė: *Posovietinio elito labirintai* [Labyrinth der postsowjetischen Elite], Vilnius: Knygiai 2000, S. 214.

243 Die östlichen Märkte gelten als wichtige Abnehmer von Konsumwaren, die den EU-europäischen Qualitätsstandards nicht entsprechen.

in der Bevölkerung darüber, wie eine konsequente, nicht von der (post-) sowjetischen Mentalität belastete Europäisierung der Gesellschaft zu erreichen sei und wie sie auszusehen habe. Diese Unsicherheit ließ jede Art der Ost-Orientierung, aber auch bestimmte Formen der EU-Integration als »uneuropäisch« erscheinen. So wurde nach dem EU-Beitritt Litauens im Jahr 2004 immer wieder der Verdacht laut, dass der Staat und einflussreiche Gruppen, darunter die Wirtschaftseliten, eine EU-Mitgliedschaft als bloße Formalität betrachtet hätten. Die Umsetzung europäischer Richtlinien und der Umgang mit Geldern aus EU-Strukturfonds wurde als übereilt, unbedacht, eigennützig und rein pragmatisch kritisiert. Nach der Ratifizierung der EU-Verfassung durch das litauische Parlament im Jahre 2004 kam es zu öffentlicher Kritik an dieser Entscheidung. Darius Kuolys, dem damaligen Vorsitzenden des Instituts für Zivilgesellschaft (Pilietinės visuomenės institutas) zufolge, hätten litauische Politiker die Verfassung wie zu sozialistischen Zeiten abgenickt, ohne darüber nachgedacht zu haben, worum es im Einzelnen ging und weshalb andere EU-Staaten ein Referendum vorzogen.²⁴⁴ Die Entscheidung, die durchaus als symbolisches Bekenntnis zu Europa hätte verstanden werden können, wurde demnach als bloße Reproduktion ideologischer Formen gehandhabt, die sozialistischen Gewohnheiten folgte.

Wie die doppelte Orientierung der von mir Interviewten zeigt, werden ostwärts gerichtete Aktivitäten und im Sozialismus gesammelte Erfahrungen, Beziehungen und Qualifikationen durchaus als wertvolles soziales und kulturelles Kapital genutzt, auch wenn sich dies nicht in öffentlichen Images bemerkbar macht.²⁴⁵ Doch sobald es um öffentliche Selbstdarstellung geht, müssen die Biographien nach Aspekten der öffentlichen Sichtbarkeit gefiltert und neu organisiert werden. Wer sich dem westlichen neoliberalen Subjektivitätsmodell gemäß darstellen will, greift dazu auch auf die Vergangenheit zurück.

In ihren autobiographischen Erzählungen suchten meine Gesprächspartner ihre teils zweifelhafte Vergangenheit nicht zu verschleiern. Vielmehr begründeten sie ihren gegenwärtigen Erfolg gerade mit der Vergangenheit, indem sie ihren Geschäftssinn als angeboren oder vererbt naturalisierten. Zwar meinten sie in der Regel, ihre Karriere selbst organisiert zu haben. Sie stellten deren Verlauf jedoch nicht als amerikanische Erfolgsstory dar, in der es jemand aus

244 Darius Kuolys: »Valdžios atotrūkis nuo visuomenės – kaip 1940-aisiais« [Die heutige Entfremdung der Regierung von der Gesellschaft ähnelt der von 1940], in: Nachrichtenportal Delfi vom 20.09.2005, www.delfi.lt/archive/article.php?id=7524329 vom 21. Dezember 2005.

245 Man denke nur an Algirdas Brazauskas, den ehemaligen Vorsitzenden der Litauischen Kommunistischen Partei, ersten Präsidenten und langjährigen Ministerpräsidenten Litauens, der diesen Posten erst im Jahr 2007 aufgab. Zum Begriff des Kapitals siehe: Pierre Bourdieu: Sozialer Raum und »Klassen«. Leçon sur la Leçon, Frankfurt/Main: Suhrkamp 1985.

einem sozial benachteiligten Milieu ›ganz nach oben‹ schafft. Es sei ihnen und ihren Verwandten schon im Sozialismus besser ergangen als anderen, nicht etwa weil sie besonders aktiv mit dem sozialistischen Kommandosystem kollaboriert hätten, sondern weil sie einen quasi naturgegebenen Geschäftssinn und Willen zum Erfolg besessen hätten. Selbst kritische Momente ihrer Biographie, wie etwa eine überdurchschnittlich aktive Teilnahme in den kommunistischen Parteistrukturen, Spekulation oder Geldwäsche, erklärten sie zur »natürlichen« Ausdrucksform ihres Geschäftssinns. Das Interview mit einem erfolgreichen Unternehmerehepaar verdeutlicht, wie Kontinuitäten zwischen dem eigenen Berufserfolg und den Aktivitäten von Eltern und Großeltern hergestellt und wie Familientraditionen des Erfolgs konstruiert wurden:

Sie: Meine Großmutter war eine Geschäftsfrau im alten Stil. Sie lebte auf dem Land und hat sich immer darum bemüht, dass es zuhause mehr Milch und Mehl gab als bei anderen. Sie lud die Direktoren der Kolchose auf einen Klaren ein. Denn waren die Beziehungen gut, dann sah es auch keiner, wenn man verschiedenste Dinge entwendete. Sie hatten immer mehr als die anderen, die Orientierung mehr zu haben war schon immer da. [...] Auch meine Eltern sind ziemlich fortschrittlich. Mein Vater hat mit seinen Unternehmungen in den Zeiten einfacher Geschäfte begonnen, und was hat er nicht alles gemacht ... Als sich die Banken in Litauen noch nicht etabliert hatten, hat er Geld verliehen und damit ziemlich viel verdient. Als dann die Banken besser funktionierten, hat er in Immobilien zu investieren begonnen. Er hat eine Immobilie gekauft, sie renoviert und weiterverkauft. Er ist schon 60 Jahre alt und das ist für ihn die einzige Möglichkeit, mit seiner Qualifikation und in seinem Alter Geld zu verdienen. [...] Er hat sich das alles selbst beigebracht, ohne eine entsprechende Ausbildung und ohne es im Ausland gesehen zu haben.

Er: In meiner Familie gibt es keine Generationsunterschiede. Mein Vater ist heute ein bekannter Unternehmer und wohlhabend war er schon immer. In der sozialistischen Zeit hat er beim Zentralkomitee der Kommunistischen Partei gearbeitet. Also hat sich in meinem Leben, zumindest was die Geschäfte anbelangt, eigentlich nichts geändert. Klar, die Geschäftskultur hat sich geändert. Damals machte man die Sachen auf die eine, heute macht man sie auf andere Weise, weil das System und die Beziehungen damals anders funktionierten. (Marta & Darius)

Selbstdarstellungen wie diese unterfüttern den Mythos vom »heroischen Geschäftsmann«, der das stagnierende sozialistische Kommandosystem mit seinem marktorientierten Verhalten unterlief. Der Mythos findet sich auch in anderen postsozialistischen Ländern und wurde oft bemüht, um schattenökonomische Strukturen und das Schattenkapital der ehemaligen Bürokratie zu legi-

timieren.²⁴⁶ Einige meiner Interviewpartner griffen auch auf die in Litauen verbreitete Vorstellung eines »heimlichen Widerstands« zurück, um berufliche Aktivitäten zu rechtfertigen und um Bezüge zwischen Vergangenheit und Gegenwart herzustellen. Sie behaupteten, durch Eltern, Großeltern und ihr informelles Umfeld ein derart starkes Gefühl für die Ungerechtigkeit und Verlogenheit der sozialistischen Welt vermittelt bekommen zu haben, dass der Zusammenbruch des sozialistischen Systems für sie keine Krise, sondern die Rückkehr zur Normalität bedeutete.²⁴⁷

Wenn man im Gefängnis lebt und das für gut hält, dann kommt man in die Krise, wenn das Gefängnis in die Brüche geht. Dann wirst du von der Freiheit erschlagen. Aber wenn du dich im Gefängnis schlecht fühlst, dann befreit dich der Wandel, dann ist das keine Krise, sondern dann ergeben sich Möglichkeiten. [...] Ich sehe keinen Wertewandel in meinem Leben, weil meine Eltern innerlich tief im Widerstand verankert waren [...] Wir haben *Voice of America* im Radio gehört. Es gab nicht nur die theoretische, sondern die tatsächliche Möglichkeit zu hören, was Wahrheit und was Lüge war ... (Marius)

Einmal in den Kontext des politischen Widerstands gestellt, erscheinen Aktivitäten innerhalb der neuen politischen und wirtschaftlichen Strukturen als dessen logische Folge, während moralisch fragwürdige Aspekte der Biographie zugleich als notwendige Tarnung des Widerstands relativiert werden können.

Solche Selbstdarstellungsstrategien lassen den Berichtenden als Menschen erscheinen, der sich über Generationen und gesellschaftliche Transformationen hinweg eine einheitliche Persönlichkeitsstruktur bewahrt hat und sich passgenau in die heutige Welt einfügt. Diesem Selbstbild entsprechend, verstehen sich die Erfolgreichen als Urheber des postsozialistischen Transformationsprozesses und der europäischen Integration – im Gegensatz zu vielen anderen Litauern, die den Wandel als von oben verfügt und sich selbst als fremdbestimmt empfinden. Gintas, Präsident einer Kapitalgesellschaft von Agrarunternehmen namens Litagra, formulierte diese Einstellung wie folgt: »Es war ja nicht so, dass wir eines morgens in einer anderen Welt aufgewacht wären. Wir haben die Veränderungen selbst initiiert: Wir brachten die westlichen Pestizide, den Dünger und die Medizin nach Litauen. Wir sahen, wie sie zum Standard wurden, wie die Menschen sie kauften, wie sie Meinungen dazu entwickelten.« (Gintas)

246 Vgl. T. Zhurzhenko: Free Market Ideology and New Women's Identities, S. 34.

247 Vgl. Siegrid Rausing: »Re-constructing the »Normal«: Identity and the Consumption of Western Goods in Estonia«, in: Ruth Mandel/Caroline Humphrey (Hg.), Markets & Moralities. Ethnographies of Postsocialism, Oxford, New York: Berg 2002, S. 127-142.

Auch wenn in Litauen seit Beginn der 1990er Jahre ein westliches, neoliberales Menschenbild verbreitet ist, zeugen die Aussagen meiner Gesprächspartner doch von einem Wandel in den Vorstellungen vom Individuum. In der Frühzeit der postsozialistischen Ära scheint es für sie sehr wichtig gewesen zu sein, Distanz zum situativ handelnden, scheinbar unredlichen *homo sovieticus* zu gewinnen und die Wandlung ihres Selbst in ein linear denkendes, profitorientiert handelndes Individuums nach außen anzuzeigen. Mit der Integration des Landes in die politischen und ökonomischen Strukturen des Westens und der sozialen Differenzierung der litauischen Gesellschaft wurde es für deren Mitglieder zunehmend wichtig, sich nicht nur äußerlich als westlich orientierte Personen darzustellen, sondern sich auch innerhalb der eigenen sozialen Umgebung genauer zu verorten. Der EU-Beitritt Litauens veränderte den Rahmen für das Bild des erfolgreichen Menschen. Seitdem stehen die Gewinner vor der Aufgabe, ihren Erfolg zusätzlich im europäischen Kontext geltend zu machen und zu legitimieren, zumindest was ihre öffentlichen Images angeht. Dabei müssen sie sich mit ihrer durchaus widersprüchlichen öffentlichen Wahrnehmung auseinandersetzen. So wird ihnen nun die Rolle zuerkannt, Elite in Litauen und der EU zu sein; sie gelten als Gewinner der Transformation, von denen die künftige Entwicklung des Landes in hohem Maße abhängt. Im selben Atemzug aber werden ihre Aktivitäten als rechtswidrig, mafiös, habgierig oder kulturlos gebrandmarkt. Der Widerspruch dieser Sichtweise fällt weniger ins Gewicht, wenn man die autopoietische²⁴⁸ Rolle der Elite als ›Auftraggeber‹ und ›Lieferant‹ des Kapitalismus berücksichtigt:

They are destroyers as well as builders. They take pieces of the past and they find them and recombine them into new structures, amassing capital and building new institutions. In the process they are themselves changed and they change the people around them.²⁴⁹

Die widersprüchliche Wahrnehmung der Gewinner ist schließlich auch in der Markierung sozialer Differenzen begründet. Alte und neue Lebensentwürfe unterscheiden sich nach wie vor massiv in ihrer Zeitlichkeit und Materialität, so dass andere soziale Akteure bislang kaum symbolische Mittel für die soziale Einordnung der ›neuen‹ Menschen haben und auf tradierte kulturelle Kategorien und moralische Auffassungen zurückgreifen müssen.²⁵⁰ Auf diese Weise leben stereotype Vorstellungen fort, wie zum Beispiel die aus sozialisti-

248 Vgl. I. Matonytė: *Posovietinio elitų labirintai*, S. 173; T. Junghans: *Marketing Selves*, S. 384.

249 Th. Gustafson: *Capitalism Russian-Style*, S. 113.

250 Vgl. Serguei Alex Oushakine: »The Quantity of Style. Imaginary Consumption in the New Russia«, in: *Theory, Culture & Society* 17/5 (2000), S. 97-120.

scher Zeit datierende Annahme, privatwirtschaftliches Engagement könne nur krimineller Natur sein. Viele meiner Informanten äußerten, an dieser verbreiteten Wahrnehmung zu leiden. Wie ich beobachten konnte, trafen sie Alltagsentscheidungen oftmals in der Absicht, sich von den sogenannten »Banditen« zu distanzieren, von Personen, die mit Illegalität, Mafia und zweifelhaften russischen Geschäften in Zusammenhang gebracht werden. Sie betonten zum Beispiel, dass sie nicht mit teuren Autos, auffälliger Markenkleidung und anderen Statussymbolen gesehen werden wollten, weil dies charakteristisch für Kriminelle sei, und sie achteten sorgfältig darauf, nicht in Gesellschaft solcher Personen angetroffen zu werden.

Um ihren Gewinnerstatus im europäischen Kontext beibehalten zu können, wurde es für meine Informanten also notwendig, sich vom Bild des zwar erfolgreichen, aber ostwärts orientierten Neureichen zu distanzieren, und sich in die »europäische« oder westliche Tradition eines kultivierten, gesetzestreu- en Wohlstands zu stellen. Die Gewinner greifen auf westliche Statussymbole, Karrierestrategien und Freizeitaktivitäten zurück, um sich symbolisch der Tradition des alten Geldes zu verpflichten. Während meiner Feldforschung galt es unter Geschäftsleuten als erstrebenswert, Mitglied im Rotary oder Lions Club zu werden und an Wohltätigkeitsveranstaltungen, Kunstauktionen, Themenabenden oder Weinverköstigungen teilzunehmen. Reiten, Golf und Squash, Tauchen, Fernreisen und verschiedenste Arten von Wellness gehörten zu den beliebten Freizeitaktivitäten. Die meisten dieser Tätigkeiten waren in Litauen zwar neu – ein erster Golfplatz wurde 2002 eröffnet –, doch erwiesen sie sich schnell als nützlich, um die Zugehörigkeit zur »alten« und »rechten« Elite Europas zu repräsentieren.

Im ironischen Gegensatz zur behaupteten biographischen Kontinuität der Elite stand die radikale Neugestaltung der sichtbaren Seiten ihres Lebens – ihrer materiellen Umgebung, ihres Lebensstil und ihres Körpers. Ich besuchte staubfreie Häuser und frisch eingerichtete Büros, bewunderte brandneue Autos und Kleidungsstücke, begleitete meine Informanten in Sportklubs und Restaurants, wo sie ihre Körper jüngsten Fitnesstrends gemäß trainierten oder exotische Speisen zu sich nahmen. Selbst alte Gegenstände, die sich in ihren Wohnungen fanden, eine Sammlung von Pfeifen, antiquarische Möbel oder Gemälde etwa, entpuppten sich als Neuerwerbungen, die mit Hilfe von Stilberatern oder Innenarchitekten beschafft worden waren. Entsprechend rief meine Frage, ob sie auch Dinge aus sozialistischer oder früher postsozialistischer Zeit aufbewahren würden, oft nur blankes Unverständnis hervor: wie die früheren Verhaltenscodes, so schienen auch alte Gegenstände unpassend und bedeutungslos geworden zu sein.

Der totale Bruch mit der materiellen und körperlichen Vergangenheit, der sich somit simultan zur Konstruktion biographischer Kontinuitäten vollzog,

kann auf die Veränderungen zurückgeführt werden, die das zu Beginn der 1990er Jahre etablierte neoliberale Modell des erfolgreichen Menschen durchlief. Selbst wenn die Selbstdarstellungen der ›Gewinner‹ durchaus von Generationsunterschieden und anderen Differenzen gezeichnet waren, und auch wenn gewiss nicht alle erfolgreichen Litauer den Medienbildern entsprachen, hielten es die meisten von ihnen doch für geboten, ihre westeuropäische Orientierung herauszukehren: »Es käme einer Selbstzerstörung gleich, sich ostwärts auszurichten, zumal was das Image angeht. Die Kollegen würden einen ablehnen« (Tomas).

In den Interviews äußerten meine Informanten, außergewöhnliche Fähigkeiten des Selbstgestaltens – des *enterprising self* – erworben zu haben, die ihnen nicht nur im nationalen, sondern auch im europäischen Kontext den Erfolg garantierten. Viele von ihnen fühlten sich den Westeuropäern in ihrem Anpassungsvermögen und ihrer Vorurteilslosigkeit überlegen. Um diese Überlegenheit zu belegen, griffen sie interessanterweise meist auf sozialistische Erfahrungen von materiellen Defiziten und Restriktionen zurück, durch die sie Flexibilität und Anpassungsvermögen entwickelt zu haben glaubten. Die sozialistische Imagination eines besseren Lebens erhielt in der Gegenwart symbolische Bedeutung, weil sie als Ursprung einer besonderen Charaktereigenschaft galt, die meine Interviewpartner als *Hunger* bezeichneten. Damit meinten sie eine ungewöhnliche, aggressive Zielstrebigkeit und einen Willen zum Wohlstand, die sie als Antrieb auf dem Weg zum Erfolg in Europa verstanden:

Die neue Generation von Managern und Geschäftsleuten zeigt eine positive Aggressivität. Sie sind auf positive Weise hungrig. Sie sind intelligent und gut ausgebildet, sie wollen kommen, kämpfen und gewinnen. Ihr Wille, Geld zu verdienen, motiviert sie. In Westeuropa hingegen sind alle entspannt, lahm und kraftlos. Ich denke, die Osteuropäer werden sehr schnell hohe Positionen in der Europäischen Union einnehmen und das wird eine Injektion für das alte Europa bedeuten. (Eva)

Dieser »Hunger« wird in den Selbstdarstellungen der Interviewten, aber auch in Medien und anderen öffentlichen Zusammenhängen thematisiert. Ihm wird eine große, ja geradezu furchteinflößende Auswirkung zugesprochen, wie ein Leitartikel im Nachrichtenmagazin *Veidas* zum EU-Beitritt erkennen lässt:

Nach einem Jahr unserer Präsenz in Europa beginnen wir zu verstehen, warum die alten Europäer es auf verschiedene Weise meiden, sich für uns zu öffnen. Sie haben Angst vor unserem Hunger, unserer Zielstrebigkeit, unserer Entschlossenheit zu arbeiten, und für unser eigentliches Ziel zu leiden: besser oder zumindest so ähnlich zu leben wie sie.²⁵¹

251 Veidas Nr. 17 vom 28.04.2005, S. 6.

Interessanterweise wurden Eigenschaften, die einmal dem sozialistischen situativen Selbst zugeschrieben wurden, das situationsabhängige Handeln etwa, nun zu Charakterzügen der »hungrigen« neuen Europäer erklärt, anhand derer sie sich von im Westen sozialisierten Individuen positiv unterschieden. Betont wurde dabei nicht zuletzt ihre Fähigkeit, sich gleichermaßen gen West und Ost zu orientieren und »alte« Erfahrungen gezielt zu nutzen:

Die Erfahrungen mit dem Sozialismus ließen uns zynisch auf das Leben blicken. In diesem System waren doppelte Standards und Doppelleben sehr verbreitet. Wir haben ein Misstrauen allem gegenüber entwickelt, während ein Mensch, der in einer gerechteren Gesellschaft aufgewachsen ist, sich solche Lügen und Betrügereien nicht vorstellen und nicht erlauben kann. Da wirken die Westler manchmal naiv, weil sie nicht verstehen können, wie jemand so verdorben sein kann. Wir haben da ein zusätzliches Vorsichtsgefühl entwickelt, ein Vergewisserungssystem, dass uns wissen lässt, dass etwas nicht unbedingt so sein muss, wie es gesagt wird. [...] Manchmal können die Ausländer diese Schwelle nicht überwinden und sind dann enttäuscht, obwohl das eigentlich leicht zu erklärende Sachen sind. (Marius)

Ein Individuum, das über die Erfahrungen des situativen Selbst verfügt, erwies sich demnach als freier, weil es nicht an eine Wahrheit gebunden war; es vermochte die scheinbaren Selbstverständlichkeiten des sozialen Lebens zu hinterfragen und gesellschaftliche Machtstrukturen zu durchschauen. In ihrem Bestreben, sich im europäischen Zusammenhang autobiographisch neu zu positionieren, ordneten meine Gesprächspartner somit Eigenschaften, die sie in anderen Situationen dem situativ handelnden sozialistischen Individuum zuschrieben, in neoliberale Subjektivitätsmodelle und Identitätsskizzen ein.

Die Frage nach den Transformationen des Selbst, so ließen sich die vorangegangenen Beobachtungen zusammenfassen, berührt nicht nur die Verbindung zwischen der sozialen Ordnung und dem Leben des Einzelnen. »Transformation« steht für eine Form des Wandels, bei deren Untersuchung Erfahrungsmomente zu berücksichtigen sind, die in das Gedächtnis einer Person oder Gesellschaft eingehen: »In Bezug auf den Begriff des Wandels lässt sich sagen, dass wir uns Wandel überhaupt nicht vorstellen können ohne Gedächtnis.«²⁵² In diesem Sinne berührt die Frage nach den Transformationen des Selbst auch die Verbindung zwischen Vergangenheit und Gegenwart, die im individuellen und kollektiven Bewusstsein der Gesellschaft aufgehoben ist. Auch diese Verbindung erfuhr im Kontext der sich in den letzten zwei Jahrzehnten wandelnden sozialen Wirklichkeit der ehemals sozialistischen Gesellschaften eine intensive Veränderung. Die nationalen Geschichten wurden um-

252 Vgl. Ernst von Glasersfeld: Radikaler Konstruktivismus. Ideen, Ergebnisse, Probleme, Frankfurt/Main: Suhrkamp 1996, S.138.

geschrieben, Biographien wurden reinterpretiert, Traditionen erfunden, Bedeutungen der Vergangenheit verhandelt – denn wie Maurice Halbwachs bemerkt, stellen Traditionen und Erinnerungen zugleich Ideen und Konventionen dar, die der Kenntnis des Gegenwärtigen entspringen.²⁵³

Die Formierung eines neoliberalen, selbstregulierenden Individuums, wie sie im stereotypen Bild des *homo europaeus* zum Ausdruck kommt, stellt somit eins der wichtigsten ideologischen Projekte der postsozialistischen Transformation dar. Die Gewinner der litauischen Gesellschaft, die heute als Verkörperungen dieser neuen Individuen in Erscheinung treten, erlebten im Zuge der EU-Osterweiterung eine Transformation und Formalisierung ihrer sozialen Rolle, die zu einem Wandel ihres Selbstverständnisses und ihrer Selbstdarstellung führte. Images, Lebens- und Identitätsmodelle mussten im Spannungsfeld zwischen einer nach Westen orientierten politischen Ideologie, öffentlichen Europabildern und transnationalen Märkten und Kapitalströmen gestaltet werden. Um den Elitenstatus zu erreichen und beizubehalten, waren indes neben west- auch ostwärtsgerichtete Tätigkeiten erforderlich, selbst wenn diese wegen mangelnder politischer und öffentlicher Akzeptanz in öffentlichen Darstellungen von Erfolg unsichtbar bleiben mussten. Die Europäisierung ist zudem nur einer von vielen Transformationsprozessen, welche die Gewinner in den letzten Jahrzehnten erlebt und in ihrer sozialen Rolle überlebt haben. So suchten sie weiterhin nach neuen Formen der Selbstbildung und Selbstdarstellung, die ihnen Freiräume für transnationale wirtschaftliche Aktivitäten lassen und sie zugleich in ihrer öffentlichen Rolle als erfolgreiche Europäer unterstützen. Mithilfe ihres Körpers und ihrer materiellen Umwelt signalisieren sie die Transformation in ein neoliberales, auf dem freien Markt erfolgreich agierendes Individuum. Zugleich versehen sie dieses mit Eigenschaften des situativen sozialistischen Selbst, die sie zu Wettbewerbsvorteilen umdeuten. Als Ergebnis dieses Prozesses entstehen hybride Formen der Subjektbildung; die Vergangenheit wird in die Gegenwart integriert.

253 M. Halbwachs: Das Gedächtnis und seine sozialen Bedingungen, S. 389.



Abbildungen 4 und 5: Vilnius 2005, fotografiert von A. Vonderau.

Materialität und Körperlichkeit des guten Lebens. Zum Verhältnis von Menschen und Dingen

Kulturelle Vorstellungen von Erfolg und gutem Leben sind in materiellen und körperlichen Formen objektiviert und damit spürbar, greifbar und sozial wirksam. Unter dieser Prämisse will ich mich nun dem Verhältnis der Menschen zu ihrer materiellen Umwelt widmen und dessen Wandel nachzeichnen. Dabei konzentriere ich mich auf die persönliche, intime, von körperlichen Empfindungen und Emotionen geprägte Beziehung des Einzelnen zu materiellen Dingen. Anhand einer Analyse dieser Beziehung zeige ich, wie das Soziale, das Materielle und das Körperliche durch vielfältige Praxen verbunden werden und in den Selbstverständlichkeiten des Alltagslebens miteinander verschmelzen.

Materialität meint dabei keine bloße Eigenschaft von Dingen, sondern einen Aspekt des sozialen Lebens – objektivierte, verdinglichte Kultur.²⁵⁴ Mit dieser Bestimmung bewege ich mich aus zwei Gründen bewusst in ein nur unscharf zu umreißendes Untersuchungsfeld hinein. Zum einen muss im Sinne der aktuellen Forschung zur Materialität die Trennung zwischen Gesellschaft und Dingen relativiert werden.²⁵⁵ In Übereinstimmung mit Daniel Mil-

254 Vgl. M. Herzfeld: *Anthropology*, S. 93.

255 In Anlehnung an Bruno Latour verweist Daniel Miller in seinem Buch *Materiality* (2005) auf die in der sozialwissenschaftlichen Forschung vorherrschende Tendenz, Handlungsfähigkeit (agency) ausschließlich Subjekten zuzuschreiben und die Praxis lediglich als Resultat menschlichen Handels zu verstehen. Entsprechend werden zu den Effekten materieller Objekte auf das soziale Leben oft nur solche gerechnet, die aus einer vorauslaufenden Subjekthandlung entstanden sind. Miller fordert, die »Tyrannei des Subjekts« in der Anthropologie aufzuheben und die materiellen Objekte als selbständige und handlungsfähige Akteure des sozialen Lebens zu betrachten. Vgl. Daniel

ler und Christopher Pinney sind materielle Objekte als selbständige Akteure des sozialen Lebens ernstzunehmen. Interessant ist eben die *Beziehung* zwischen den verschiedenen Akteuren, wie sie in der Dialektik des Prozesses von »subjects making objects making subjects«²⁵⁶ Ausdruck findet: »What matters may often not be the entities themselves, human or otherwise, but rather the network of agents and the relationships between them.«²⁵⁷ Zum anderen gilt es, Körperempfindungen wie Sehen, Hören, Riechen, Schmecken und Fühlen als Vermittlungsinstanzen zwischen Innen (dem physischen Körper) und Außen (der materiellen Umgebung und sozialen Einbettung) des Lebens zu begreifen. Kulturelle Werte und soziale Normen werden durch Empfindungen verinnerlicht und naturalisiert. Im Vermittlungsprozess von Innen und Außen entsteht ein *common sense* des individuellen Weltempfindens wie auch ein *sense of place*, das Gefühl, einen eigenen Ort im Sinne einer sozialen Position innerhalb der Gesellschaft zu haben. Wie Constantina Nadia Seremetakis in ihrem Buch *The Senses Still* (1994) feststellt, beruhen Formen des sozialen Wissens auf dem Austausch von sinnlichen Erinnerungen (*sensory memories*), in deren Folge Empfindungen mit Artefakten materieller Kultur, mit Objekten, Orten und Zeiten des Konsums verknüpft werden.²⁵⁸ Eben an den sinnlichen Erinnerungen der Interviewten werden auch ihre Beziehungen zu den Dingen des Alltags sichtbar.

Da es hier vor allem um den Wandel von dinglichen, körperlichen Formen des guten Lebens geht, konzentriere ich mich auf sinnliche Erinnerungen, die mit Begehrens- und Statusobjekten verknüpft werden, und zeige am Beispiel des Geschmacks, wie sich die Beziehung von Menschen und Dingen verändert hat.

Sozialismus, wie er riecht und schmeckt

»Soviet shoes pinched and, in winter, they inevitably got soaked. How could this not affect a person's behaviour or perception of reality?« fragt der niederländische Journalist Christopher Neidhart in seinem Buch *Russia's Carnival*.

Miller: »Introduction«, in: Daniel Miller (Hg.), *Materiality*, Durham: Duke University Press 2005, S. 2-40, hier S.11.

256 Christopher Pinney: »Things Happen: Or, From Which Moment Does that Object Come?«, in: D. Miller (Hg.), *Materiality*, S. 256-272, hier S. 269.

257 Ebd.

258 Vgl. Constantina Nadia Seremetakis: »The Memory of the Senses. Part II: Still Acts«, in: Constantina Nadia Seremetakis (Hg.), *The Senses Still. Perception and Memory as Material Culture in Modernity*, Bolder, CO: Westview Press 1994, S. 23-44, hier S. 37.

The Smells, Sights and Sounds of Transition (2003).²⁵⁹ Die zunächst abwegig anmutende Frage erweist sich im Blick auf die sozialistische und postsozialistische Gesellschaft durchaus als zentral. Im Kontext einer sozialistischen Defizitgesellschaft werden strukturelle Konstellationen und soziale Situationen beobachtbar, in denen materielle Objekte eine außerordentliche Bedeutung, ja direkten Einfluss auf das Leben der Menschen gewinnen. Die Grenze zwischen Subjekten (Menschen) und Objekten (Dingen) scheint sich in solchen Situationen aufzulösen und das *Haben* (der Besitz von materiellen Dingen) mit dem *Sein* (dem Individuum und seiner Rolle in der Gesellschaft) zu verschmelzen. Materielle Dinge sind dann nicht nur symbolische Zeichen, die die Position eines Individuums im sozialen Raum markieren, sondern sie sind für dessen sozialen Status unmittelbar konstitutiv, insofern sie als eine Art »Verlängerung« des Menschen fungieren, wie Jonathan Friedman formuliert.²⁶⁰ Man denke beispielsweise an die im Sozialismus mit westlichen Konsumwaren verknüpften Imaginationen des guten Lebens, für die mit Energie und Emotionen gekämpft wurde und die zum Ende der sozialistischen Ära systemsprengende Kraft erlangten, oder an symbolisch aufgeladene Dinge wie Blue Jeans, die nicht nur Wohlstand oder eine systemkritische Haltung vermittelten, sondern für weitreichende Visionen von Freiheit und Unabhängigkeit standen.²⁶¹ Oder man vergegenwärtige sich, was es bedeutet haben mag, in der Zeit nach der Wende die materielle Umwelt und körperliche Erscheinung zu gestalten, stellten Körper und Umgebung im Kontext abgewerteter Qualifikationen und Erfahrungen doch das einzige Zeichen einer erfolgreichen Transformation des Menschen dar.

In wissenschaftlichen, journalistischen und unterhaltenden Texten ist dem Streben sozialistischer Menschen nach westlichen Gütern einige Aufmerksamkeit zuteil worden. Allerdings wird die sozialistische Lebenswelt mit ihrer vereinheitlicht hergestellten Massenware und ihren Defiziten dabei meist als farb- und geschmacklos dargestellt, wenn nicht gar als übelriechend und hässlich. Ein Beispiel gibt das bereits zitierte Buch von Christopher Neidhart:

The Soviet Union's smell was hard to describe, but easy to recognize as was socialism's colour: gray. [...] The houses smelled of cabbage, of wet socks and sweat; the backyards reeked of diesel and trash, and sometimes of coal. [...] Clothes were different to the touch from imported ones: they were rougher. One could easily tell Soviet jeans from the Western origins. The fabric of the short-sleeved Soviet polyester shirts men wore in summer felt like a shower curtain.²⁶²

259 Christopher Neidhart: *Russia's Carnival. The Smells, Sights and Sounds of Transition*, Lanham: Rowman and Littlefield 2003, S. 103.

260 Vgl. J. Friedman: *Globalization and Localization*, S. 242.

261 Vgl. hierzu meine Ausführungen im Kapitel »Freiluftmärkte als freie Märkte?«

262 C. Neidhart: *Russia's Carnival*, S.1 und S. 103.

Der sozialistische Mensch wird seinerseits oft als passiv und in seinem Verhältnis zur sozialen und materiellen Umgebung abgestumpft charakterisiert. So etwa von Rudolf Richter, der den »typisch osteuropäischen Habitus« vor der Wende im Vergleich zum westeuropäischen als »innenorientiert, passiv und bewahrend« beschrieb.²⁶³

Selbst wenn solche Darstellungen nicht immer falsch sein müssen, sind sie doch offenkundig problematisch. Sie stützen sich auf die im Wissensregime des Kalten Krieges entstandene Imagination Osteuropas als unterentwickelter Region, als einer europäischen »grauen Zone«. Die Wertung der sozialistischen Alltagswelt und ihrer Menschen beruht auf dem Vergleich sozialistischer und westlich-kapitalistischer (Konsum-)Gesellschaften und auf Grundlage von quantitativen Kriterien: im Blick auf einen Mangel an Farben, Waren, visuellen und allgemein körperlichen Reizen. Unberücksichtigt bleibt bei solchen Vergleichen, dass die sozialistische Gesellschaft eine andere soziale Ordnung und damit ein *qualitativ* anderes Verhältnis der Menschen zu ihrer materiellen Umgebung aufwies, wie auch andere Wissensformen und eine andere Körperlichkeit innerhalb dieses Verhältnisses eine Rolle spielten.

Die zentral organisierte, von standardisierter Massenproduktion geprägte und von Mängeln geplagte sozialistische Konsumgesellschaft kannte keine Zielgruppen, keine Nischenmärkte und keine individualisierten Präferenzen. In diesem sozialen Kontext herrschte eine spannungsvolle Grundstimmung, die auf einem elementaren Begehren nach Konsumwaren beruhte: ALLE WOLLTEN ALLES. Da es trotz staatlicher Versprechen schwierig bis unmöglich war, die begehrten Dinge zu bekommen, blieb die Palette materieller Gegenstände beschränkt, mit denen Menschen in ihrem Alltag in Berührung kamen, zumal im Vergleich mit der westlichen Welt. Sozialistische Bürger wohnten in Plattenbauwohnungen, fuhren Autos der Marke Volga, Ziguli, Moskvich oder Zaporozec; oftmals trugen sie dieselben Schuhe und Kleidungsstücke und besaßen identische Möbel. Im Gegensatz zur ihrer standardisierten Form waren Funktionen und Bedeutungen der Dinge im Osten jedoch durchaus vielfältig und wandelbar. Um den Mangel an Alltagsgegenständen auszugleichen, wurden diese auf kreative und individuelle Weise umgestaltet und umfunktioniert. Das Wissen, welche Gegenstände sich wie umfunktionieren ließen, entstand in privaten Netzwerken, wurde aber auch öffentlich weitergegeben und bereichert.

Ein Blick in Frauenzeitschriften der sozialistischen Ära fördert unzählige, heute mitunter absurd wirkende Ratschläge für ein solches Recycling zutage.

263 Vgl. Rudolf Richter: »Stile im Konflikt in der Begegnung zwischen Ost und West. Ein kultursoziologischer Beitrag aus der Lebensstilforschung«, in: Otto G. Schwenk (Hg.), *Lebensstile zwischen Sozialstrukturanalyse und Kulturwissenschaft*, Opladen: Leske+Budrich 1996, S. 261-282, hier S. 270 (= Sozialstrukturanalyse, hg. v. Stefan Hradil; 7).

So finden sich Kochrezepte, die verraten, wie der schlechte Geschmack alter Kartoffeln zu beseitigen ist, wie sich Kaviar aus Heringsgräten kochen und Kapern aus Blumensamen zubereiten lassen. Es finden sich auch Anleitungen für das Umnähen alter Kleidung, wie das folgende Beispiel aus *Tarybinè Moteris* zeigt, einem Blatt für die sowjetische Frau von 1989, aus der Zeit kurz vor der Wende also, als die materiellen Defizite in der Sowjetunion längst unerträglich geworden waren:

Die Kinder sind über den Sommer gewachsen, aber die Läden machen beim Einkauf keine Freude – die Kleidungsstücke dort sind nicht schön, sie passen nicht oder sind zu teuer. [...] Was tun? Öffnen Sie Ihren Kleiderschrank und schauen Sie sich ihre Garderobe genau an. Da hängt ein alter, ehemals geliebter, aber heute doch altmodischer Pullover, der vom vielen Waschen fusselig geworden, von Motten zerfressen ist und sich nicht mehr umstricken lässt. Versuchen Sie, ihn wiederzubeleben!²⁶⁴

Die Leserinnen werden hier nicht aufgefordert, das Beste und Neueste für ihr Kind zu kaufen und alte Kleidung zu entsorgen, wie es im Kontext einer westlichen Konsumgesellschaft erwartbar wäre, sondern sie werden dazu ermuntert, alte Dinge als Material für die Produktion von etwas anderem zu betrachten.

Die Bürger im Sozialismus waren in ihrem Alltag an vielen, meist genderspezifisch differenzierten Produktionsprozessen beteiligt; sie agierten also eher als Produzenten denn als Konsumenten. Frauen pflanzten, sammelten und konservierten Beeren, Pilze und Gemüse, sie nähten und strickten Kleidung, derweil die Männer an Autos, Haushaltsgeräten und Häuser werkten. Gerade auf dem Land besaß die Bevölkerung oft alles, was für die Produktion von Lebensmitteln und den täglichen Bedarf vonnöten war, für das Züchten und Schlachten der Haustiere über die Herstellung landwirtschaftlichen Geräts bis hin zum Spinnen, Weben und Stricken von Wolle und sonstigen Textilien. Diese Produktionsketten bestimmten den Rhythmus des individuellen Lebens. Neben dem Wissen, wie Dinge produziert und umgestaltet werden konnten, galt auch die Kenntnis als relevant, wo und wie bestimmte Konsumgüter zu erhalten waren. Das Suchen, Erhalten, Organisieren und Arrangieren von Gütern gehörte zu den unvermeidlichen Praxen des Konsumprozesses und prägte die (Miss-)Erfolgs- und (Un-)Glückserlebnisse sowjetischer Bürger:

Materielle Dinge waren wichtig, weil man sie nicht bekommen konnte. *Blat* und Beziehungen florierten. Vor Neujahr mussten wir in einer langen Schlange anstehen, nur um Apfelsinen zu bekommen. Ich erinnere mich wie heute daran, dass wir nicht ein Kilo, sondern zehn Kilo Apfelsinen kauften, wenn wir welche bekommen konn-

264 Tarybinè moteris [Die sowjetische Frau], Januar 1989, S. 10.

ten. Das war das Nicht-Haben. Wenn sie uns damals mit Waren überhäuft hätten, dann wäre die Sowjetzeit gar nicht mal schlecht gewesen. (Eva)

Entsprechend hing der Wert einer Sache davon ab, wie schwierig es war, sie zu beziehen. Das für die westliche Konsumgesellschaft charakteristische Auswählen von Dingen, die dem eigenen Lebensstil entsprechen, gab es hingegen kaum. Einmal erworbene Gegenstände fanden immer wieder Verwendung, nicht nur in ihrer ursprünglichen, praktischen Gebrauchsform, sondern auch als Geschenke und Tauschgüter, die für das Funktionieren informeller Versorgungsnetzwerke wesentlich waren.

Angesicht der Anstrengungen, die für die materielle Organisation des Alltagslebens unternommen werden mussten, wird verständlich, dass die Menschen eine enge körperliche und emotionale Beziehung zu materiellen Dingen entwickelten. Begehrte Objekte stimulierten intensive Phantasien, bunte Visionen, sie wurden zu Prestige- und Erfolgssymbolen, für deren Erwerb, Nutzen und Pflege man viel Zeit und Energie zu investieren bereit war. Das Begehren wurde in Form starker körperlicher Empfindungen und Emotionen erlebt, und zugleich wurden Empfindungen auf materielle Objekte kanalisiert und konzentriert.

Doch trotz der beständig wachsenden, symbolischen Bedeutung materieller Objekte war das Verhältnis der Menschen zu den Dingen vom ethischen Standpunkt aus gesehen nicht spannungslos. Wie Ulf Brunnbauer dargelegt hat, versprach die Kommunistische Partei materiellen Wohlstand für alle und förderte damit das Konsumbedürfnis, unternahm aber zugleich den Versuch, dieses Bedürfnis zu steuern und an die sozialistische Produktion anzupassen, indem sie eine offizielle Definition des guten Geschmacks lancierte. Hierfür wurde die moralische Kategorie des sozialistischen Anstands, *Kulturnost* (litauisch: *kultūringumas*) herangezogen.²⁶⁵ Als *Kulturnost* wurde eine Form von Bescheidenheit propagiert, dergemäß es unpassend war, sich von anderen abzuheben und aus der Masse hervorzutreten. Zugleich stand *Kulturnost* für guten Geschmack – für das Interesse an klassischer Musik, an der Schönheit der Natur und an Dingen, die nicht nur durch äußerliche Attraktivität auffielen, sondern von Inhalt und Form her stimmig waren.²⁶⁶ Die Moral der *Kulturnost* wurde vor allem von der sozialistischen Intelligenz verinnerlicht, deren Status im sozialistischen System auf ihrer Rolle als Hüterin des ›guten Geschmacks‹ und ideologischer Produktionsinstanz beruhte, sowie von Grup-

265 Vgl. Ulf Brunnbauer: »Die sozialistische Lebensweise«. Ideologie, Gesellschaft, Familie und Politik in Bulgarien (1994-1989), Wien, Köln, Weimar: Böhlau 2007, S. 325; Jukka Gronow: Caviar with Champagne. Common Luxury and the Ideals of the Good Life in Stalin's Russia, Oxford, New York: Berg 2003, S. 147f.

266 Vgl. U. Brunnbauer: »Die sozialistische Lebensweise«, S. 327ff.

pen, die aus Mangel an Geld oder Beziehungen keinen Zugang zu begehrten Gütern hatten.

Die Ideologie des ›guten Geschmacks‹ argumentierte nicht nur mit moralischen, sondern auch mit ästhetischen Argumenten. Sie stellte den sozialistischen Geschmack als einen dar, der in Übereinstimmung mit der Natur und in Kontinuität zur Vergangenheit entstanden sei. Zum Beispiel förderte der Staat die Volkskunst, weil er darauf spekulierte, dass hierdurch das Interesse an der »oberflächlichen« (ergo geschmacklosen) Kunst aus dem Westen gemindert würde. Der »ästhetische Abwehrkampf«²⁶⁷ gegen den Einfluss westlicher Materialität in Litauen war zum Teil erfolgreich. Insbesondere die religiöse Landbevölkerung verknüpfte die ethische Kategorie der *Kulturnost* mit Vorstellungen christlicher Bescheidenheit, und die propagierte Naturverbundenheit und kollektivistische Volksnähe ging im Spätsozialismus mit einer zunehmenden nationalen Ideologie in eins.

Wie meine Feldforschung zeigt, diente der nicht-materialistische ›gute Geschmack‹ auch nach dem Ende der Sowjetunion als Strategie, um einen Notwendigkeitsgeschmack²⁶⁸ zu legitimieren, mit dem sich die Bevölkerungsmehrheit zu Zeiten des Systemkollaps', der ökonomischen und politischen Blockaden und des nationalen Wiederaufbaus begnügen musste. Noch heute bleibt die moralisch und ästhetisch bestimmte Kategorie des ›guten Geschmacks‹ trotz Aufwertung von Konsum und Eigentum wirksam.²⁶⁹ Sie lebt fort im kontroversen Image der kulturlosen materialistischen Neureichen, das nach der Logik des »money without culture, culture without money«²⁷⁰ konstruiert wird und in der litauischen Medienöffentlichkeit verbreitet ist.

Die moralische Spannung, die das Verhältnis zwischen Menschen und Dingen mitbestimmte, mindert aber nicht die Bedeutung sinnlicher Erfahrungen, die in den kollektiven Erinnerungen an die dingliche Welt des Sozialismus verankert sind. Generationen von Menschen, die die sozialistische Republik Litauen erlebt haben, erinnern sich mit Nostalgie an den Duft einer Apfelsine, an den Geschmack von Büchsenerbisen oder den Glanz westlicher Verpackungen. Wie es eine der von mir Interviewten formulierte: »Ich möchte nicht zurück, aber es kommt mir so vor, als ob die Filme damals interessanter waren und der Eiskrem besser schmeckte.« (Inga)

267 Vgl. ebd., S. 333.

268 Vgl. u.a. P. Bourdieu: Die feinen Unterschiede, S. 587-595.

269 Heute ist diese Kategorie nicht mehr so dominant und wirksam; sie stellt nur eine von vielen Auffassungen von gutem Geschmack und Anstand dar, die unter verschiedenen sozialen Gruppen relevant sind.

270 Steven L. Sampson: »Money Without Culture, Culture Without Money.« Eastern Europe's Nouveaux Riches«, in: Anthropological Journal on European Cultures. World View, Political Behaviour and Economy in the Post-Communist Transition II 3/1 (1994), S. 7-30.

Den Beziehungen der Menschen zu den Gegenständen nachspürend, habe ich im Laufe meiner Feldforschung nicht nur Biographien von Personen, sondern auch die Biographien von Dingen nachverfolgt, die ihnen gehörten. Ich habe meine Gesprächspartner gefragt, was während der Jahre des gesellschaftlichen Umbruchs mit ihren Haushaltsgegenständen und anderen alltäglichen Objekten geschehen sei. Dabei stellte ich fest, dass die wohlhabenden und erfolgreichen Gruppen, zu denen sie zählten, ihre materielle Umgebung komplett umgestaltet hatten, während sich die ärmere Bevölkerung mit Gegenständen aus sozialistischer Zeit und Hilfsgütern aus dem Westen umgab. Meine Informanten schufen sich eine Umwelt, die mir in ihrer Modernität steril und unpersönlich schien, weil sie sich systematisch der Vergangenheit entledigte – Familienstücke oder alte Gebrauchsgegenstände fehlten gänzlich. Obwohl sinnliche Erinnerungen an das leidenschaftliche Begehren und aufwendige Suchen nach Gütern in den Interviews präsent waren, erfuhr ich erst nach längerem Nachfragen, dass einzelne meiner Informanten überhaupt noch Dinge aus der Vergangenheit aufbewahrten. So berichtete der 35-jährige Unternehmer Darius von seinem ersten USA-Besuch nach dem Ende der Sowjetunion:

Ich hatte natürlich einen Schock wegen dem Service und der Auswahl, so dass ich die Schaufenster gefilmt und fotografiert habe und dachte: Was ist das für ein Kosmos, in den ich hier bloß geraten bin? [...] Ich habe dort meine erste Jeans erworben und weiße Sportschuhe gekauft, die ich heute noch besitze. (Darius)

Die meisten sinnlichen Erinnerungen an die sozialistische und frühe post-sozialistische Zeit verbinden sich eben mit einer *Situation des Bekommens*. Meist handelt es sich dabei um den Erhalt westlicher Konsumwaren, durch den sich die soziale Imagination eines guten Lebens materialisierte und mithilfe dessen zugleich eine kritische Haltung dem System gegenüber vermittelt werden konnte. Eine seltene Möglichkeit, begehrte Dinge zu erwerben, war der Einkauf in einem der Spezialgeschäfte:

Ich hatte keine Verwandten im Westen. Aber ich erinnere mich an die Schecks, die man haben musste, um in den Spezialgeschäften einkaufen zu können. Meine beste Schulfreundin hat ihr Erbe aus dem Ausland in solchen Schecks ausgezahlt bekommen. Ihre Eltern waren zu arm, um in diesen Geschäften einzukaufen, deswegen hat meine Freundin die Schecks weiterverkauft. Ich habe sie also ziemlich billig von ihr bekommen und wir sind dann nach Riga gefahren, um einzukaufen. Die Sachen, die wir damals, also um das Jahr 1985 herum gekauft haben, waren für mich wirklich was Besonderes, und ich kann mich an diese vor mehr als 20 Jahren erworbenen Dinge viel besser erinnern, als an die, die ich vor zwei Jahren gekauft habe ... Ich hatte zum Beispiel einen Badeanzug aus dem Spezialgeschäft, den ich wirklich viel

länger trug als meine jetzigen, oder Parfüm, dessen Geruch ich fantastisch fand.
(Inga)

Ich habe meine erste Cordhose aus Amerika bekommen. Das war etwas, was man in keinem Geschäft kaufen konnte. Unsere Verwandten haben uns 1974 das erste Mal besucht. Sie kauften für uns Sachen in den Spezialgeschäften ein. Heute würde man darüber lachen, aber damals, als es in ganz Litauen nur zwei Geschäfte gab, in denen man westliche Dinge kaufen konnte, beeindruckte uns das riesig. Es war ein so großer Unterschied zwischen dem, was man da bekam, und dem, was man normalerweise bekommen konnte, dass die Dinge viel wertvoller und teurer erschienen.
(Marius)

Eine andere, heute noch lebhafte Erinnerung an den Geschmack, Geruch und das Aussehen westlicher Güter ist mit einer für den sowjetischen Alltag in Litauen besonderen Situation assoziiert: mit dem Erhalt einer Postsendung aus dem Westen.

Meine Tante schickte uns aus Westdeutschland Pakete. Da waren unter anderem Fotos und ganz, ganz dünne Kerzen drin, die man auf Geburtstagstorten steckt. Wir hielten sie für Kaugummi und haben auf ihnen herumgekauert. Die Tante schickte auch Haarspangen mit kleinen Schleifen dran, die wir unreal schön fanden. Auf den Fotos haben wir uns nicht unsere Tante angeschaut, sondern vielmehr die Bananen, die im Hintergrund lagen! (Marta)

Wir haben auf die Sendungen gewartet und wollten möglichst schnell sehen, was drin war. Damals kam uns jedes Ding, jede glitzernde Kleinigkeit bezaubernd schön vor. Wenn ich heute drüber nachdenke, waren die Sendungen voll von Seife und abgetragener Kleidung ... (Gintas)

Für viele Litauer stellten diese Momente des Bekommens die einzige direkte Berührung mit der materiellen Welt des Westens dar, einer Welt, zu der sie sonst kaum Kontakte hatten und über die sie kaum Informationen besaßen. In Form von Päckchen erhielt man ein zusammengeschnürtes Stück dieser anderen Welt, ein Stück »besseres Leben«, das man ansehen, befühlen, schmecken und riechen konnte.

Diese Berührungen vermittelten Eindrücke von der Vielfalt des kapitalistischen Konsums und ließen der Phantasie und den Wünschen freien Lauf. Selbst »glitzernde Kleinigkeiten« wurden als Luxusgegenstände betrachtet und weniger in ihrer praktischen, als ihrer symbolischen Funktion als »*incarnated signs*« verstanden.²⁷¹ Sie wurden lange aufbewahrt, nur zu be-

271 Arjun Appadurai: »Introduction: Commodities and the Politics of Value«, in: Arjun Appadurai (Hg.), *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge: Cambridge University Press 1988, S. 3-63, hier S. 38.

sonderen Anlässen genutzt und gern vorgezeigt, darunter leere Shampoo-Flaschen, Seifen, Konfektverpackungen und andere Kleinigkeiten, mit denen die Menschen ihre Wohnungen zierten.



Abbildung 6: Bilder von Verwandten aus dem Westen, 1959, Privatsammlung A. Vonderau.

Die Konfrontation mit westlichen Waren bedeutete aber nicht, dass die sinnliche Anziehungskraft, die diese Dinge besaßen, im litauischen Kontext genauso wahrgenommen und erlebt wurde wie im Westen. In einer Gesellschaft, der Werbung fremd war, waren die Konsumenten auch nicht darauf vorbereitet, Zeichen für Qualität oder Prestige zu erkennen und zu deuten. Vielmehr gingen die durch westliche Konsumwaren geweckten Vorstellungen in eine ganz eigene, abstrakte Imagination des Westens ein, die mit westlichen Qualitäts- und Luxusstandards wenig gemein hatte. Ein schönes Beispiel hierfür gibt die heute international bekannte Modedesignerin Vita. Obwohl die von Vita entworfenen Kleidungsstücke mittlerweile in Modezeitschriften wie *Vogue* neben Kleidungsstücken von Armani oder Luis Vuitton abgebildet und in Paris, New York und Moskau verkauft werden, hatten diese Marken vor 20 Jahren für die damals junge Designerin keine Bedeutung:

Die Tante meiner Freundin lebte in den USA und war mit einem reichen Anwalt verheiratet. Sie wechselte oft ihre Handtaschen und hat meiner Freundin ihre alte

Luis Vuitton-Tasche geschickt. Ich erinnere mich auch heute noch ganz genau an das Muster auf dem Taschenleder, aber damals haben wir nichts verstanden, nicht einmal, wer dieser Vuitton war. Und viele Jahre später musste ich so lachen, als ich verstanden habe, was für eine Tasche meine Freundin damals getragen hat. Aber im damaligen Kontext gab es keine Informationen und das Label bedeutete nichts. (Vita)

Angesichts der unterschiedlichen Wertvorstellungen und abweichenden Bedeutungen materieller Dinge in Ost und West ist es wenig verwunderlich, dass die sozialistischen Bürger in den seltenen Fällen, in denen sie selbst in die westliche Konsumwelt vordrangen, durch ihr undifferenziertes, uneingeschränktes Interesse an den Dingen völlig aus der Struktur des westlichen Raums der Lebensstile herausfielen.²⁷² Vita berichtete mir von ihrer ersten Reise in den Westen, bei der sie eine Freundin besuchte:

Wenn ich jetzt darüber nachdenke – dass wir in eine Chanel-Boutique gegangen sind, nur weil es uns interessierte ... Ich würde heute niemals hingehen, ohne was zu brauchen, aber wir sind damals einfach so reingegangen. Die Verkäuferinnen haben uns mehrmals gefragt, was wir denn suchten, aber wir haben gesagt, dass wir uns nur umsehen wollen und haben uns alles angeschaut. Es muss verwirrend gewesen sein für sie, weil sie uns vom Äußeren wahrscheinlich nicht einordnen konnten. Ich trug damals einen modischen, selbstgenähten Mantel, eine Seite mit klassischem Muster und die andere einfarbig, und Schuhe aus New York, die meine Freundin mir geschickt hatte, das sah wahrscheinlich ziemlich schick aus ... So haben wir uns die Boutique angeschaut und dann wollten wir schon in das Schaufenster steigen, um uns dort gegenseitig zu fotografieren. Da meinte meine Freundin, die schon länger im Westen lebte, dass man das lieber nicht tun sollte ... (lacht). (Vita)

Das Beispiel zeugt von einem unmittelbaren, intensiven, von körperlicher Nähe geprägten Verhältnis der Menschen zu ihrer materiellen Umgebung und zu bestimmten Objekten des Begehrens. Charakteristisch an diesem Verhältnis scheint mir die Starrheit der Form und die Flexibilität der Semantik zu sein, von der ich schon in Bezug auf die sozialistische Ideologie gesprochen habe.²⁷³ Durch die Reproduktion ideologischer Formen und die gleichzeitige

272 Pierre Bourdieu beschreibt den Raum der Lebensstile der westeuropäischen Gesellschaften als eine relativ feste, durch Geschmack strukturierte Struktur. Was den Strukturwandel in Osteuropa betrifft, so ist die Stabilität dieses Raumes der Lebensstile dort (noch) nicht in gleichem Maße vorhanden. In Litauen wurden sozialistische Lebensstile abgewertet und westeuropäische Lebensstilmuster oder solche der Vorkriegstradition aufgegriffen, die sich aber nicht ohne weiteres auf die heutige Gesellschaft übertragen lassen. Vgl. u.a. Pierre Bourdieu: »Der Habitus und der Raum der Lebensstile«, in: P. Bourdieu: Die feinen Unterschiede, S. 277-311.

273 Vgl. hierzu das Kapitel »Transformationen des Individuums«.

Veränderung ihrer Semantik wurden jenseits politischer Restriktionen Spielräume und Möglichkeiten für die Integration der Menschen in die sozialistische Gesellschaft geschaffen. Ähnlich verhielt es sich mit Produktion und Konsum. In den sozialistischen Fabriken wurden Dinge hergestellt, die auf einer ideologischen Ebene als Zeichen des Wohlstands dargeboten wurden, doch weder praktische noch symbolische Funktionen erfüllten: »The cars produced by Soviet factories looked like cars, they even sounded like cars, and it was pretended that they worked like cars; the shoes looked like shoes, some foodstuff merely looked like food ...«²⁷⁴ Diese Dinge wurden dann in den Privathaushalten umgestaltet und zum Ausgleich materieller Defizite umfunktionalisiert. Mit dem Transfer in den anderen sozialen Kontext wurden die westlichen Objekte des Begehrens ihrer ursprünglichen Bedeutungen und Funktionen weitgehend entledigt und mit neuen belegt. Die Materialität der Dinge war somit das einzig Bleibende, was die einfachen (sozialistischen) Dinge von den (kapitalistischen) Luxusgegenständen unterschied. So waren *Haben* (in der Hand halten) und *Sein* (eine soziale Position besetzen) einander weniger durch eine feste Konstellation symbolischer Bedeutungen der Dinge, als vielmehr durch deren körperlich spürbare Materialität verbunden.

Eine neue soziale Haut

Trotz der seit Mitte der 1980er Jahre erfolgten Legalisierung privatwirtschaftlichen Handels und den durchlässiger werdenden westlichen Grenzen kam die dingliche Vielfalt des freien Marktes nach all den Mangeljahren und der ökonomischen Blockade Litauens durch Russland 1990/1991 als radikale und schnelle Veränderung. Die Schlangen vor den Geschäften verschwanden und der Warenmangel, einst Grundlage der distributiven Macht des Sozialismus, wurde vom Geldmangel abgelöst, dem charakteristischen Prinzip sozialer Differenzierung im Kapitalismus. Die Welt schien auf den Kopf gestellt, weil Beziehungen und Netzwerke nicht mehr für die Suche nach Importgütern, sondern vielmehr nach günstigen einheimischen Waren nötig wurden,²⁷⁵ während das ehemals unerlaubte Engagement in der Privatwirtschaft und materieller Reichtum plötzlich nicht nur als statthaft, sondern sogar als der offizielle Königsweg zum Erfolg propagiert wurden.

Wie die Biographien der Menschen, so änderten sich auch die Biographien der Dinge. Sozialistische Erfahrungen und Gegenstände verloren ihren früheren Wert, erlangten neue Bedeutungen und wurden körperlich anders erlebt. Vorräte an Pralinen, Konserven, Seife und sonstigen einstmals wertvollen Konsumwaren, die früher in Wohnungen gehortet wurden, taugten nichts

274 C. Neidhart: *Russia's Carnival*, S. 41.

275 Vgl. C. Humphrey: *Creating a Culture of Disillusionment*, S. 43-68.

mehr. Der Konsum auf dem freien Markt diente der Reproduktion anderer sozialer Verhältnisse und weckte andere Emotionen, Wünsche und Empfindungen.²⁷⁶

Die Beziehung der Menschen zu ihrer materiellen Umgebung wurde damit indes nicht abgeschwächt oder versachlicht, eher im Gegenteil. Mit dem Entstehen einer vor Überfluss und Sinnesreizen strotzenden Konsumgesellschaft schien die Vision eines besseren Lebens in unmittelbare Nähe gerückt. Der Wandel zur kapitalistischen Konsumgesellschaft fand im intensiven Riechen, Schmecken, Anschauen und Anfassen seinen Ausdruck. ALLE WOLLTEN ALLES.

Leicht zugängliche Dinge wie Esswaren wurden in irrwitzigem Tempo, mit großem Hunger und Interesse ausprobiert. Dazu trug auch das neue Phänomen der Werbung bei, die nicht nur geschmackliche oder optische Eigenschaften von Konsumwaren vorstellte, sondern auch einen neuen Geschmackssinn und ein neues Lebensgefühl. Die Menschen stopften die »neue Welt« regelgerecht in sich hinein; sie füllten sich mit den unbekannten »guten Dingen«, ohne sich darüber Gedanken zu machen, ob deren Materialität und ihre sozialen Implikationen nach besonderen Kompetenzen verlangten. Inga, Generaldirektorin der litauischen Niederlassung des schwedischen Kosmetikunternehmens Oriflame, wusste über diese Zeit körperlicher Erkundungen Folgendes mitzuteilen:

Wir haben alle viel lernen müssen, weil es ja bei uns früher nichts gab. Es gab kuriose Situationen. So versuchten einige Frauen, Gesichtspuder zu essen, das in Form von kleinen bunten Perlen verkauft wurde, und sie waren mit dem Resultat äußerst unzufrieden, weil sich das Gesicht nicht entsprechend verfärbte. (Inga)

Bei diesem *self-fullfilment* handelte es sich weniger um eine Selbst-Realisierung in der »neuen Welt«, als vielmehr um ihre direkte Einverleibung: »Through the principle of incorporation – the action in which we send food across the frontier between the world and the self, between »outside« and »inside« our body – we become what we eat.«²⁷⁷

Sicherlich war die bemühte Aneignung der »neuen Welt« von idealisierten Bildern eines besseren westlichen Daseins motiviert, vom unbedingten Willen, der sowjetischen Vergangenheit mit ihren Mängeln den Rücken zu kehren, und auch von der Einsicht, dass es hierzu keine Alternativen gab. Angesichts der Abwertung sozialistischer Erfahrungen konzentrierte man sich wie er-

276 Vgl. Richard Fardon: *Mary Douglas: An Intellectual Biography*, London, New York: Routledge 1999, S. 139.

277 Pat Caplan: »Approaches to the Study of Health, Food and Identity«, in: Pat Caplan (Hg.), *Food, Health and Identity*, London, New York: Routledge 1997, S. 1-31, hier S. 9.

wähnt auf die äußerlichen, körperlichen und materiellen Zeichen, die die Distanzierung des Menschen vom *homo sovieticus* und seine Fähigkeit symbolisierten, auf dem freien Markt aktiv und erfolgreich zu sein. *Was man hat* und *was man ist* erwiesen sich in diesem Kontext als zwei überlappende Kategorien. Die materiellen Dinge standen für die Transformation der Menschen in zeitgemäße Individuen und waren somit ähnlich wie im Sozialismus für deren soziale Position konstitutiv.²⁷⁸ So erzählte mir die junge Rechtsanwältin Dana, wie sich in ihrem beruflichen Werdegang die Konstituierung des sozialen Status über Dinge vollzog. Dana markierte den Anfang ihrer Karriere mit dem Erwerb von Statussymbolen, die für ihr Metier charakteristisch sind und nicht nur einen neuen Lebensabschnitt signalisierten, sondern sie auch gegenüber ihren Kollegen als fortschrittliche, in der neuen Gesellschaft sozialisierte Anwältin herausstellten. Als erstes erwarb sie einen teuren ledernen Aktenkoffer, ein Mobiltelefon und einen guten Füllfederhalter:

Ich habe das unter anderem auch deswegen gemacht, weil die Kunden, wenn sie zu dir kommen und ein altes Telefon sehen, denken, dass du keine gute Rechtsanwältin bist, weil du dir nichts besseres verdient hast und dass du dann auch den guten Verdienst nicht wert bist. Dabei gibt es genügend Rechtsanwälte und Richter, die mit einer Plastiktüte in der Hand herumlaufen, in der sie ihre Robe tragen. (Dana)

Danas Strategie erwies sich als erfolgsfördernd. Das berufliche Ansehen der Anwältin wuchs, nachdem das Lifestylemagazin *Stilius* ein Portrait von ihr veröffentlicht hatte, das sie nicht etwa über ihre Persönlichkeit oder ihren Beruf, sondern vor allem über ihr materielles Umfeld und ihre Konsumgewohnheiten charakterisierte: »Obwohl sie dort vor allem meine Kleidung, Kosmetik, Strümpfe und ähnliches beschrieben, galt der Bericht unter meinen Kunden als eine Art Bestätigung – »ja, die ist eine gute Anwältin.« (Dana)

Konsumgüter dienten in den 1990er Jahren demnach zur Kommunikation und Kennzeichnung von Differenz. Neben dem sozialen Status einer Person bezeichneten sie vor allem deren Standpunkt auf dem Weg zwischen dem »alten«, in der sozialistischen Vergangenheit zurückgebliebenen, und dem »neuen«, kapitalistischen Individuum: »Consumption practices forge a sense of distinction – not, as Bourdieu suggested, between class groups, but between the past and the present selves of the same social actors.«²⁷⁹ Zudem gaben sie Aufschluss über das Potenzial und die Aufstiegsmöglichkeiten eines Menschen und über das Tempo seiner Wandlung in ein zeitgemäßes, westliches Individuum.

278 E. C. Dunn: Privatizing Poland, S. 81.

279 Olga Shevchenko: »In Case of Fire Emergency«. Consumption, Security and the Meaning of Durables in a Transforming Society«, in: *Journal of Consumer Culture* 2/2 (2002), S. 147-170, hier S. 166.

Bei diesem Differenzierungsprozess der frühen postsozialistischen Zeit ging es folglich auch weniger um einen individualisierten, durch ausgefallenen Geschmack und symbolische Qualitäten charakterisierten Lebensstil, als vielmehr um Quantität: um den Besitz, die Aneignung oder das Tragen von möglichst vielen neuen Dingen. Alex Oushakine bezeichnet die damalige *quantitative* Beziehung der Menschen zu den Dingen als »post-soviet symbolic shortage«²⁸⁰ – als einen Mangel an symbolischen Formen, der in Zeiten des gesellschaftlichen Umbruchs entsteht. Die postsozialistische Vorstellung, dass der Besitz von möglichst vielen begehrten Dingen zu Glück und Erfolg führe, sieht Oushakine als Merkmal eines sich ausbildenden Luxusgeschmacks, der aufgrund des Mangels symbolischer Ausdrucksformen wie ein Notwendigkeitsgeschmack (also durch Quantität markiert) daherkommt.²⁸¹

Geld war, was man brauchte, um viele »gute Dinge« zu besitzen und die anderen Gesellschaftsmitglieder im Prozess der symbolischen Transformation zu überholen. Auf diese Weise wurden die sogenannten »neuen Litauer«, das heißt Menschen, die rasch viel Geld verdienten (oder es zumindest so aussehen ließen) und sich mit ihrer »conspicuous consumption«²⁸² von der Masse abhoben, zu den »Gewinnern« der Transformation. Doch auch für die Gewinner war der Übergang zu einer neuen materiellen und sozialen Ordnung kein einfacher Prozess. Wie Pierre Bourdieu feststellt, können sich die »Herrschenden« bei der Aneignung offizieller Normen noch weniger Freiheiten als andere sozialen Gruppen leisten:

Solange das System der Mechanismen, die durch ihren Selbstlauf die Reproduktion der herkömmlichen Ordnung gewährleisten, noch nicht entstanden ist, reicht es für die Herrschenden nicht aus, das von ihnen beherrschte System laufen zu lassen, um ihre Herrschaft auf Dauer auszuüben; sie müssen täglich und persönlich daran arbeiten, die stets unsichere Herrschaftslage zu produzieren.²⁸³

Anfang der 1990er Jahre war diese Arbeit in Litauen ein besonders schwieriges Unterfangen. Gesellschaftliche Normen und kollektive Vorstellungen von Geschmack waren diffus und änderten sich schnell. Ebenso rasch wandelten sich die Bedeutungen der Dinge und das Verständnis darüber, was eine dem Gewinnerstatus adäquate materielle Umgebung sei. Das Verhältnis der Menschen zur dinglichen Welt musste kontinuierlich umgestaltet werden. Als ich

280 Sergei Alex Oushakine: »The Quantity of Style. Imaginary Consumption in the New Russia«, in: *Theory, Culture & Society* 17/5 (2000), S. 97-120, hier S. 112.

281 Vgl. ebd.

282 Vgl. Thorstein Veblen: »Conspicuous Consumption«, in: Martyn J. Lee (Hg.), *The Consumer Society Reader*, Malden, NJ: Blackwell 2000, S. 31-47.

283 Pierre Bourdieu: *Sozialer Sinn: Kritik der theoretischen Vernunft*, Frankfurt/Main: Suhrkamp 1987, S. 236.

meine Informanten nach ihren materiellen Wünschen aus der Zeit nach dem Ende der Sowjetunion fragte, fiel es vielen von ihnen schwer, sich an sie zu erinnern. Im übrigen meinten sie, ihre Wünsche und Bedürfnisse so häufig revidiert zu haben, dass frisch erworbene Objekte des Begehrens wie Häuser, Autos oder Kleidung oftmals augenblicklich an Wert verloren – bevor sie nur dazu kamen, sie zu nutzen und zu genießen. In der Zeit dieses großen, alle sozialen Gruppen betreffenden gesellschaftlichen Auf- und Abstiegs unterlagen das Leben und der Status der Dinge einem radikalen Prozess der Revision:

Am besten kann ich mich daran erinnern, dass wir eine eigene Wohnung haben wollten. Damals habe ich studiert und wohnte in der Wohnung meiner Eltern und es schien mir, als sei es der Gipfel unseres Glücks, von ihnen unabhängig zu sein. Aber als ich dann die Wohnung gekauft habe, habe ich nicht einmal geschafft, sie zu beziehen, bevor ich sie wiederverkauft habe. (Marius)

Vor zehn Jahren habe ich begonnen, mein erstes Haus zu bauen, aber dann habe ich es verkauft, noch bevor es fertig war. Diese Entscheidung war genau richtig, weil die Architektur und die Straßenplanung in der Gegend furchtbar waren. Damals war die Gegend aber so begehrt, dass es unmöglich war, dort ein Grundstück zu bekommen. (Arnas)

Irgendwann war der Opel Kadett mein Traumauto. Einmal sah ich, wie eine junge Frau mit diesem Auto ans Meer in die Dünen fuhr und ich dachte: »Was für ein Auto! Wie glücklich muss sie sein, es zu besitzen ...« Jetzt fahre ich einen Jeep Liberty von Daymlier Chrysler, Baujahr 2003 ... (Dana)

Möglichkeiten für die Umsetzung der wachsenden materiellen Wünsche mussten also erst geschaffen werden, was selbst für Wohlhabende ein Problem darstellen konnte, weil ihr materieller Reichtum im Vergleich zu westlichen Standards gering und ihr sozialer Status instabil war.

So wurden kreative Strategien entwickelt, die diese Diskrepanzen auszugleichen halfen. Der heutige Besitzer einer Möbelfabrik berichtete, dass er sich als junger Unternehmer kein gutes Auto leisten konnte, obwohl er zu dieser Zeit schon Verträge über Millionensummen unterschrieb. Also ließ er, um bei seinen Geschäftspartnern keinen falschen Eindruck zu erwecken, sein altes Auto drei Straßen entfernt stehen und ging zu Fuß zu den gemeinsamen Besprechungen. Um Statusobjekte erwerben zu können, die für die Repräsentation der eigenen sozialen Position nötig waren, bedurfte es immer noch eines großen, sogar irrationalen Begehrens, und eines enormen Aufwandes an Emotionen und Energie, der gelegentlich mit Einschränkungen anderer körperlicher Bedürfnisse einherging:

Mein Kindheitsfreund und Nachbar hat sich ein Haus gebaut. Er hat seine Wohnung verkauft und ist in das Haus gezogen, lebte dort aber ohne Fußboden, weil er kein Geld besaß, um die Dielen zu kaufen, die er haben wollte. Ich denke, an seiner Stelle hätte ich dann lieber gar nicht gebaut, aber ich mag es, dass viele Leute in Litauen mehr erreichen wollen als sie realistisch betrachtet erreichen können. Sie wissen mit der kleinen Geldsumme, die sie haben, umzugehen. (Matas)

Auch wenn sozial mobile Litauer finanzielle Schwierigkeiten zu überwinden wussten, bestanden moralische Einstellungen zu Geld, Eigentum, Konsum und materiellem Überfluss fort, die einst den Notwendigkeitsgeschmack repräsentiert hatten, und die nun dem neuen Status dieser Akteure gemäß verändert werden mussten. Besonders die Neureichen verfügten jetzt über Geldsummen, an die sie früher nicht im Traum gedacht hatten. Plötzlich konnten sie derart viele Dinge besitzen, dass sie diese kaum anzuschauen, geschweige denn zu benutzen vermochten. Aus einer Vielfalt an Konsumwaren zu wählen, individuelle Wünsche zu formulieren und in die eigene Person zu investieren war für jemanden, der in Zeiten der kollektivistischen sozialistischen Ideologie und der materiellen Defizite sozialisiert worden war, durchaus gewöhnungsbedürftig.

Ilona leitet heute die litauische Handelsniederlassung von Vision International People Group, eines in Russland beheimateten, transnationalen Unternehmens, das sich der Herstellung und dem Vertrieb von Vitaminpräparaten und Nahrungsergänzungsmitteln widmet. Gern erzählt sie von ihrem beruflichen Aufstieg und ist offen mit Informationen über ihre finanzielle Situation und ihren Besitz. In regelmäßig publizierten Homestories, die von prunkvollen und ausgefallenen Geburtstagsfeiern, luxuriösen Reisen und auffälliger Kleidung berichten, nennt sie sich Ilona Dream. Ilona stellt sich als Millionärin, liebende Ehefrau und fürsorgliche Mutter von vier Kindern vor, die den eigenen Erfolg mit der Fähigkeit zum Träumen und dem festen Willen verbindet, Träume auch zu verwirklichen. Sie tritt als eine branded personality in Erscheinung, die ihr Lebensmotto als Markenzeichen in die Öffentlichkeit trägt, sogar auf dem Nummernschild ihres Jeeps mit dem Kennzeichen »I dream«.

Ilona wuchs im sozialistischen Litauen in einer russischen Offiziersfamilie auf. Schon in der Schule war sie, wie sie mir gegenüber behauptet, wegen ihrer Energie und ihres Komsomol-Aktivismus bekannt. Nach der Schule studierte sie Russische Philologie und führte mit ihrem Ehemann und dem ersten Kind ein eher bescheidenes studentisches Leben. Manchmal hätten sie kaum genug Geld besessen, um Essen für das Baby zu kaufen:

Früher lebten wir im Studentenwohnheim in der fünfzehnten Etage. Abends wurde der Lift ausgeschaltet. Ich wohnte in einem Zimmer, wo im Winter das Wasser in

der Teekanne zufror, so dass ich mit wollenen Socken und in einem Trainingsanzug schlafen musste. Mit zehn Rubeln musste ich eine ganze Woche überleben. Zweieinhalb Rubel kostete die Reise von meiner Heimatstadt nach Vilnius und ich hatte siebeneinhalb Rubel für die restlichen fünf Tage. Also kaufte ich mir Konserven für drei Kopeiki und konnte mir nicht mal einen Saft leisten. Aber selbst damals habe ich es irgendwie geschafft, ein bisschen Geld für Kleidung oder Kosmetik beiseite zu legen. (Ilona)

Nach dem Studium arbeitete Ilona nicht als Lehrerin – der Beruf, in dem sie ausgebildet ist –, sondern bei der Polizei und schließlich sogar im Sicherheitsteam des litauischen Präsidenten. Dort verdiente sie indes kaum mehr und kam schwer über die Runden, bis ihr eines Tages eine Freundin aus der Ukraine während eines Besuches eine Geschäftsidee unterbreitete:

Meine Freundin sah, dass es erhebliche Preisunterschiede zwischen Litauen und der Ukraine gab. Sie sagte: »Kauf hier Bonbons und schick' sie zu mir in die Ukraine. Ich werde sie dort verkaufen und den Gewinn teilen wir uns ...« Und wir machten hundertprozentigen Gewinn! Ich erinnere mich, wie mich mein damaliger Chef vom Sicherheitsdienst in die Ukraine fahren ließ, um das Geld zu holen, unter dem Vorwand, ich müsste zu einer Hochzeit von Verwandten. [...] So habe ich einen für damalige Verhältnisse recht guten Verdienst heimgebracht und hatte plötzlich und unerwartet Geld. (Ilona)

Dies war Ilonas Aufbruch in den privatwirtschaftlichen Sektor und in eine materielle Welt, die sie sich als Ergebnis solcher und späterer Aktivitäten leisten konnte. Ihre ersten Erfahrungen mit dem Wohlstand und die erste Berührung mit den neuen Dingen schildert sie folgendermaßen:

Heute würde ich wohl eher nachrechnen und es nicht für unbedingt sinnvoll halten, das schwer verdiente Geld für teure Kleidung auszugeben, aber damals bin ich von Null auf Hundert gegangen. Ich habe pro Monat mindestens 1.000 Dollar für Kleidung ausgegeben und das gab mir solch eine Befriedigung und machte so einen Spaß! (lacht) Aber damit ich bereit war, 500 oder 1.000 Dollar für ein paar Schuhe auszugeben, brauchte es einen Durchbruch. Ich werde nie vergessen, wie ich eine Handtasche von Lagerfeld für 1.000 Dollar gekauft habe, diese Tasche habe ich heute noch. Wissen Sie, man musste das erst mal durchmachen: Ich komme in das Geschäft rein und es ist klar, dass ich die Tasche haben will – es brennt schon Feuer in meinen Augen! Aber wie soll ich mich selbst davon überzeugen, dass ich sie wirklich so sehr brauche, das ich eine solche Summe zu zahlen bereit bin? Ich will sie, aber lohnt es sich wirklich? Da dachte ich mir: Wenn mein Auto kaputt geht, dann stelle ich die Reparaturkosten nicht in Frage. Wenn der Reifen kaputt geht oder der Motor, dann zahlt man 1.000 oder auch 10.000 Dollar ohne zu fragen, ob man das braucht oder ob es sich lohnt. Also dachte ich – wenn ich für irgendwelche Metallteile so viel Geld zu bezahlen bereit bin, dann kann ich mir auch gleich die Tasche

kaufen. Sie wird ja an meiner Schulter hängen und mich verschönern, ich werde sie in meinen eigenen Händen tragen! Das war das einzige Motiv, von dem ich mich verführen ließ – ich dachte, ich bin diese Tasche wert. Dafür war mir das Geld nicht zu schade und das war ein Einschnitt, als ob meine Hände und mein Geist befreit worden wären.

Das von meinen Gesprächspartnern als emotional geschilderte Verhältnis zu den materiellen Dingen gestaltete sich auch nach dem Ende der Sowjetunion kaum weniger intensiv; es hatte den Charakter spannungsvoller Aggressivität. Wer eine Sache besitzen wollte, so meinte eine Informantin, hätte sich auf diesen Wunsch konzentriert »wie ein Raubtier vor dem Sprung«. Die durch diesen materiellen und sozialen »Sprung« – also die Inbesitznahme bestimmter Statusobjekte – erzeugte Differenz markierte nicht nur einen gesellschaftlichen Aufstieg, sondern unterstrich auch die Kluft zwischen Vergangenheit und Gegenwart und die Absicht, diese zu überwinden.

Das in sozialistischer Zeit übliche Produzieren und Umgestalten der Dinge wurde für die »neuen« Menschen als Konsumenten westlichen Zuschnitts überflüssig. Es blieb ihnen wenig Zeit zum Ansehen, Anfassen und Benutzen der Gegenstände, die im Kontext des rapiden gesellschaftlichen Wandels ebenso rasch veralteten und wertlos wurden, wie sich die sozialen Strukturen und Positionen der Menschen innerhalb dieser Strukturen wandelten. Wie ich später genauer zeigen werde, wurde das Verhältnis der Konsumenten zu den Dingen im Zuge der sozialen Stratifikation zugleich differenzierter, was unter anderem auch in einer neuen Körperlichkeit zum Ausdruck kam. Man entwickelte gleichsam eine »soziale Feinmotorik« – die Fähigkeit, die mit sozialen Positionen verknüpften Lebensstile durch Schmecken, Sehen, Riechen und Fühlen voneinander zu unterscheiden und zu verkörpern. Damit entstand ein anderes (Welt-)Empfinden, der *common sense* nämlich, dass sich die neue Materialität an der eigenen (sozialen) Haut besser als die frühere anfühlte:

Als jemand, der den langen Weg von Nivea bis La Prairie [die teuerste in Litauen erhältliche Kosmetiklinie, A.V.] gegangen ist, muss ich wirklich sagen, dass La Prairie eine Hautpflege ist, deren Qualität sich sehr anfühlt. Skeptiker sagen, sie sei zu stark und die Haut könne sich zu sehr daran gewöhnen, aber das sind normalerweise Menschen, die sparen und hierfür verschiedenste Gründe brauchen (lacht). Auch an Nivea kann sich die Haut gewöhnen. [...] Bei La Prairie ist der Effekt aber wirklich und offensichtlich, die Haut fühlt sich sehr gut an – sehr gut. (Dana)

Zwischen Hunger und (gutem) Geschmack

Aus Sicht meiner Gesprächspartner musste das in seinem Geschmack undifferenzierte, alles in sich hineinstopfende postsowjetische Individuum der frühen

1990er Jahre am »Überfressen« zugrundegehen. In der Zeit des »schnellen Geldes«, wie meine Informanten die frühen Nachwendejahre nannten, ging eine soziale und geschmackliche Differenzierung vorstatten, in deren Verlauf sich das Verhältnis der Menschen zu den materiellen Dingen weiter veränderte. Dieser Wandel ist in den Darstellungen meiner Interviewpartner als intensive Erinnerung präsent und wird üblicherweise mit Hilfe von körperbezogenen Metaphern wie »Hunger«, »Durst«, »Essen«, »Überfressen« und »Sattwerden« beschrieben:

Mit der Zeit entsteht ein Gefühl für Geschmack, Verständnis, was ist Eleganz, guter Ton, es entstehen Werte. Wenn ein Mensch lange Zeit hungert, dann stürzt er sich auf das Essen, frisst sich voll und stirbt. Die gleiche Situation gab es auch in Litauen, die damals sogenannten Zeiten des schnellen Geldes, als junge Männer, die ihre ersten Millionen verdienten, plötzlich anfangen, Autos und Häuser zu kaufen. Statt langsam zu essen und das Geld zu investieren, stopften sie sich die Bäuche voll und starben. Diejenigen, die überlebten, verstanden erst später, was mit dem Geld zu tun ist. (Indre)

Mit dem »Hunger«, der in diesem sozialen und geschmacklichen Differenzierungsprozess gestillt werden musste, meinen die von mir Befragten nicht nur ein durch die sozialistischen Mängelerfahrungen entstandenes, besonders starkes Begehren nach Dingen, sondern zugleich auch den spezifischen, sich durch Extreme und Unklarheiten auszeichnenden sozialen Zustand des frühen Postsozialismus. Das Sattwerden bedeutete für »Aufsteiger« wie meine Informanten, materiell-körperliche Wünsche zu befriedigen, aber es bedeutete auch, sie zu zügeln, sie an das Tempo ihrer sozialen Mobilität anzupassen und in eine Struktur der Lebensstile einzuordnen. Anders formuliert, musste der Hunger in einen dem eigenen sozialen Status entsprechenden Geschmack – im körperlichen und sozialen Sinne – umgewandelt werden:

Jetzt ist es so, dass wenn ich was erwerben will, dann etwas sehr Hochwertiges und Besonderes, und es ist nicht mehr das Wichtigste, einen ganzen Koffer voller Sachen zu haben. Es ist normal, wenn man hungrig an einen vollen Tisch kommt, dann isst man erst mal alles, was man kriegen kann. Wenn man erst mal satt geworden ist, dann fängt man an zu überlegen, was besser schmeckt ... Ich habe selbst auch diese Phase durchlaufen, als ich alles kaufen und haben wollte. (Irma)

Viele meiner Gesprächspartner begreifen diesen Prozess als Wandel von einem *quantitativen* in ein *qualitatives* Verhältnis von Menschen und Dingen – ein Verhältnis, das nicht darauf beschränkt ist, Dinge in Besitz zu nehmen, sondern bei dem es vielmehr darauf ankommt, die »richtigen« Dinge gemäß ihrer Qualität und Individualität auszuwählen. Offensichtlich geht es hier um den Erwerb eines Wissens, das für mehr als die Verwirklichung von Auf-

stiegswünschen Einzelner vonnöten ist. Die Umerziehung und Umgestaltung von suchenden (postsozialistischen) zu wählenden (kapitalistischen) Konsumenten war und ist für die Realisierung des ideologischen Projektes des neuen Individuums zentral. Der Wandel von Hunger zu Geschmack wird also nicht nur in den Selbstwahrnehmungen meiner Interviewpartner kenntlich, sondern auch in ihren öffentlichen Images und Fremdwahrnehmungen, wie das folgende Beispiel illustriert.

Jolita, die seit Beginn der 1990er Jahre in den Edelboutiquen von Vilnius arbeitete und nun wie bereits erwähnt ein exklusives Modehaus in der Hauptstadt leitet, beschreibt mir das sich wandelnde Bild ihrer Kundschaft. Sie behauptet, die sozialen und kulturellen Kompetenzen ihrer Kunden seien im Umgang mit der westlichen Konsumgesellschaft gewachsen. 1995, als sie noch ein anderes Geschäft führte, bestand der Kundenkreis aus reichen und kulturlosen »Banditen«, die »keine Fremdsprachen« konnten und »keine Gelegenheit hatten, ins Ausland zu reisen. Aber Geld hatten sie und kaufen konnten sie. Alles wurde damals in bar bezahlt.« Jolita beobachtete seit den späten 1990er Jahren eine Veränderung ihrer Kundschaft, die sich nun durch ein überlegteres Kaufverhalten, Geschmack und Bildung ausgezeichnet habe: »Manche von den früheren Käufern hatten kein Geld mehr, andere kamen ins Gefängnis. [...] Dann wandten sich neue Geschäftsleute an uns.« Es habe sich um gut ausgebildete Geschäftsmänner und -frauen gehandelt, die in legalen Unternehmen tätig gewesen seien und sich stilvoll zu kleiden wussten.

In Jolitas Schilderung ist eine gewisse Ratlosigkeit darüber zu spüren, dass wohlhabende Kunden in einer litauischen Boutique einkauften statt ins westeuropäische Ausland zu reisen: »Vielleicht hatten sie keine Zeit dazu. Oder sie trauten sich nicht, weil sie sich wie der *homo sovieticus* fühlten, und kamen deshalb lieber zu uns.« Jolitas Verwunderung wird verständlich, wenn man bedenkt, dass die Auswahl hochwertiger westlicher Markenartikel in Litauen bis Ende der 1990er Jahre schmal und ihr Preis deutlich überhöht war. In der Bevölkerung, die sich von den damals unvorstellbar hohen Preisen »normal« aussehender Waren überrascht fühlte, kursierte das Gerücht, bei der Markenkleidung, die Litauen erreichte, handle es sich um Fälschungen oder zumindest um Überbleibsel von Kollektionen, die im Westen nicht verkauft werden konnten. Personen, die die Möglichkeit zu reisen hatten, hielten es damals für angemessen, im Ausland in den originalen Markenniederlassungen einzukaufen. Doch wie die Geschäftsführerin berichtete, kam bald eine neue Generation wählender Kunden in ihr Geschäft, die den symbolischen Wert von Luxusgütern kannte, nicht länger in Gegensätzen von Ost/West oder Vergangenheit/Gegenwart dachte und in ihrem Konsumverhalten weniger »hungrig« war:

Die Generationen änderten sich erneut, die Geschäfte der Kunden taten es und auch ihre Ausbildung. Sie verreisten nun öfter, wurden anspruchsvoller, lernten viele Marken kennen und Qualität würde für sie wichtig. [...] So hungrig, wie früher gekauft wurde – nach dem Motto: Wenn ich kann, dann kaufe ich und kaufe und kaufe bis alle Schränke voll sind – sowas gibt es heute nicht mehr. Die Kunden wählen heute ganz genau aus. Den Hunger gibt es nicht mehr und die Freude – »oh wie schön, dass es heute alles zu kaufen gibt« – gibt es auch nicht mehr. Schon hat man vergessen, dass es früher mal anders gewesen ist. Man gewöhnt sich sehr schnell an die neue Welt und an das Geld. Kaum jemand sagt heute: »Oh, wie gut haben wir es jetzt und wie schlecht ging es uns damals.« Das ist kein Tabuthema, weil viele ihre Jugend und Kindheit in dieser Zeit verbrachten, aber eben doch schon weit weg ... (Jolita)

Wie am Beispiel ersichtlich, ging es beim Erwerb des sozialen und kulturellen Wissens und der materiellen Erfahrungen mitunter auch ums Vergessen und Verdrängen – oder zumindest Umdeuten – der sozialistischen Mängelerfahrungen, moralischen Wertevorstellungen, sozialen Verhaltensweisen und kulturellen Anschauungen vom guten Leben und von erfolgreichen Menschen.

Diät Europa

Für die heutigen »Gewinner« ist es unnötig, sich vom *homo sovieticus* zu distanzieren, weil dieser sozialistische Persönlichkeitstypus langsam in Vergessenheit gerät und der Wandel als vollzogen gilt. Sie grenzen sich nun vielmehr von den vermeintlich kulturlosen und in ihrem Geschmack undifferenzierten »Neureichen«, den »Banditen« und dem schnellen Geld der 1990er Jahre ab. Matas, ein junger Geschäftsmann, drückte es so aus:

Sagen wir – jemand war Arbeiter, ohne universitäre Grundausbildung. Wenn er am Anfang irgendeine nicht ganz legale Beschäftigung fand, mit der er viel Geld verdienen konnte, und wenn er sich dann legalisierte und jemanden anheuerte, der das Geld für ihn verwaltete, dann war er zwar smart, aber gebildet war er nicht. Bildung besaß er trotzdem nicht, obwohl er nun mit einem sehr guten Auto herumfuhr, einen schön gebügelten Anzug trug und so weiter. Es fällt mir manchmal schwer, mich mit solchen Menschen zu unterhalten. (Matas)

Die bemühte Distanzierung von dem neuen, als kulturlos gebrandmarkten Reichtum bezeichnet Steven Sampson als charakteristisch für die osteuropäischen *nouveaux riches*, eine Gruppe, der viele Geschäftsmänner und -frauen Litauens zugeordnet werden können, weil sie erst seit kurzem auf dem freien Markt aktiv sind. Sampson zufolge erleben diese Akteure oft eine Diskrepanz zwischen ihrer ökonomischen Macht und ihrem nicht immer beständigen oder

hohen sozialen Status, die sie durch das Anhäufen kulturellen Kapitals und kultureller Formen wie spezifischen Lebensstilen auszugleichen suchen.²⁸⁴ Sampson bemerkt, dass die Differenzierung in Wir (gesetzestreue moderne Geschäftsleute) und Sie (kriminelle altmodische Mafiosis) unabhängig von der sozialen Herkunft oder Generationszugehörigkeit für alle Wirtschaftseliten Osteuropas relevant ist, weil es dabei um eine grundsätzliche Redefinition kultureller Kategorien und um das Aushandeln neuer Prinzipien für ihre Definition geht.²⁸⁵

Meine Gesprächspartner distanzierten sich von den sogenannten Neureichen, indem sie ihre ökonomischen Aktivitäten mithilfe öffentlicher Selbstdarstellungen in den Kontext des alten westlichen Kapitalismus stellten und für ihr Unternehmertum eine generationsübergreifende Familientradition zu konstruieren versuchten. Die Demonstration von »gutem Geschmack« spielte dabei eine zentrale Rolle, eben weil dessen Mangel als Erkennungsmerkmal unzeitgemäßer und kulturloser Neureicher galt.

Moderne Geschäftsmänner und -frauen bemühten sich um die Bildung ihres Geschmacks und den Erwerb kulturellen Kapitals, selbst wo dies mit erheblichen Kosten verbunden war. Sie transferierten ihr materielles Kapital in kulturelles Kapital, indem sie die ihrem Status entsprechenden »richtigen« Dinge erwarben, sich und ihren Familienmitgliedern Ausbildungen finanzierten oder Berater anheuerten, die sie in Fragen des Lebensstils, der Allgemeinbildung und der Körperpflege unterwiesen. Petras – ein in Kreisen der litauischen Elite gefragter Stylist und Imageberater – erklärte mir, wie er das veränderte Verständnis von Prestige interpretiert:

Noch vor zehn Jahren galt es in Litauen als Prestige, Jalousien an die Fenster zu hängen, einen Dreier-BMW von 1995 und ein Mobiltelefon zu besitzen und einen Trainingsanzug von Nike oder Addidas zu tragen. Es war egal, dass hinter den Jalousien alte Sessel aus Großmutter's Koloniegartenlaube standen, dass das Auto nur geleast war und dass man ein geklautes Mobiltelefon benutzte. [...] Heute gehört ein Auto zwar immer noch zu den Prestigeobjekten, aber es kann nun von 1991 ebenso wie von 2005 sein. Ein Mann braucht eine teure Uhr, ein Portemonnaie und gute Schuhe. Für die Frau – ein Portemonnaie, eine Handtasche und Schmuck. Die Kleidung kann man kombinieren, das kommt auf den Geschmack an. Aber wenn man Geld hat, dann wird man natürlich nicht zu einem einfachen Juwelier gehen, um Schmuck zu kaufen. Die Dinge werden zu Investitionen. (Petras)

Das Verständnis von Dingen als *Investitionen* kann als charakteristisches Merkmal des heutigen qualitativen Verhältnisses der Menschen zu ihrer materiellen Umgebung gelten. Während es in der frühen postsozialistischen Zeit

284 Vgl. S. L. Sampson: *Culture Without Money*, S. 9.

285 Vgl. ebd., S. 29.

im Prozess sozialer Differenzierung darauf ankam, wie viele materiellen Dinge man sich leisten konnte, so geht es heute eher darum, welche Dinge – und welche körperlichen Empfindungen – man sich in einer bestimmten sozialen Position leisten muss.

Noch vor sieben Jahren war es den Menschen nicht nur egal, von welchem Geschirr sie aßen, sondern auch was sie aßen ... Jetzt gehen die Geschäftsleute mit ihren Familien am Sonntag ins Restaurant zum Brunch, das wird normal. Die Männer lernen kochen und sie schämen sich nicht zuzugeben, dass sie kochen. [...] Früher haben sie Wodka und Whiskey getrunken, jetzt trinken sie Wein, achten auf ihre Gesundheit, essen Salat und Fisch. (Rima)

Wenn mir irgendein Kleidungsstück gefällt, dann berühre und betrachte ich erst mal den Stoff. So etwas wie Synthetik zu kaufen, das kann ich mir gar nicht leisten. Solche Faktoren spielen jetzt eine Rolle, nicht so wie früher, als es unwichtig war, was und wie – man nahm einfach alles, was man schön fand. (Dana)

Im Vergleich zum quantitativen Verhältnis zwischen Menschen und Dingen, das in den ersten Jahren nach der Wende vorherrschte, scheint die symbolische Ebene dieser Beziehung heute folglich immer komplexer zu werden. Das neue Individuum geht nicht in einem selbstgenügsamen Konsumhedonismus auf, sondern lebt nach einer speziellen Diät, die ihm den Weg zum Erfolg ebnen soll. Es stopft nicht mehr alles in sich hinein, sondern investiert in die eigene Person und den eigenen Lebensentwurf. Der eigene Körper wird somit zunehmend sensibilisiert; sinnliche Erfahrungen finden sich in großer Vielfalt und Varianz, und sie werden mit akribisch ausgewählten Dingen verknüpft. Denn wer etwas auf dem freien Markt erreichen möchte, für den gehört es sich nicht mehr, ALLES ZU WOLLEN UND ALLES ZU HABEN.

Geschmackliche Differenzierung

Guter Geschmack im körperlichen wie sozialen Sinne stellt demnach gegenwärtig die zentrale Kategorie dar, über die das Verhältnis der Menschen zu den materiellen Dingen bestimmt und das Innen (Körper) und Außen (soziale Position) des individuellen Lebens verbunden wird.

Als Beispiel für diese kohäsive Kraft des physischen und sozialen Geschmacks können Medienberichte zu Themen wie Erfolg und Lebensstil verstanden werden, in denen »reale Personen«, das heißt meist in der Öffentlichkeit bekannte, erfolgreiche Geschäftsleute, unter ihnen auch viele meiner Informanten, ihre Lieblingsspeisen vorstellen. In einer im September 2005 erschienenen Ausgabe der Zeitschrift *Moteris (Die Frau)* zeigt Rima, die Inhaberin mehrerer Hotels, Restaurants und Läden für Haushaltswaren in einer

Fotoreportage, wie sie ihr Lieblingsgericht zubereitet, Geschnetzeltes mit Huhn und Gemüse.²⁸⁶



Abbildung 7: Moteris, September 2005, S. 112-113.

Das Gericht, so wird Rima zitiert, ließe sich auch von Menschen ohne kulinarische Fähigkeiten problemlos anrichten, allerdings brauche man dafür »einen Tropfen Gourmet-Intuition und eine Handvoll guter Gewürze«. Während Rima weniger vom Kochen selbst und mehr von der hervorragenden Küche ihrer Restaurants sowie ihren persönlichen Essgewohnheiten plaudert, kann der Leser Fotos betrachten, in denen frische Lebensmittel, das in Rimas Geschäft erhältliche Geschirr, vor allem aber auch der gepflegte Körper und die ordentliche Kleidung der jungen Frau selbst zur Schau gestellt sind, ebenso wie die ausgefeilten Einrichtungsdetails ihrer Küche. Berichte wie diese enthalten somit sowohl Koch- als auch Erfolgsrezepte: sie empfehlen Geschmacksrichtungen und zeigen, welche Lebensstile, Körperbilder und Karrierestrategien als Ergebnis der richtigen Wahl und des guten Geschmacks zu erwarten sind; sie sind Lebensrezept und Werbung zugleich.

Dabei liegt das Entstehen sozialer und körperlicher Differenz jedoch keinesfalls nur im Interesse einzelner Aufsteiger, die sich von der Masse abzuheben suchen. Vielmehr ist es in die neuen Machtstrukturen und Management-

286 Vgl. Ieva Matonienė: »Nei žuvis nei mėsa...« [Weder Fisch noch Fleisch], in: Moteris, September 2005, S. 112-113.

mechanismen eingeschrieben. »Wie klingt Ihr Unternehmen? Wie riecht es und wie schmeckt es? Was fühlen sie, wenn sie es berühren?« fragt der zu Beginn dieser Studie zitierte Management-Bestseller *Karaoke kapitalizmas* (2004) und unterstreicht damit die Bedeutung, den die gezielt gestaltete, körperliche und sinnliche Organisation des beruflichen Lebens – kurz: der gute Geschmack – für die Karriere habe.²⁸⁷ Geschmäcker werden heute auf Seiten der Märkte wie der Konsumenten nach Kriterien wie Status, Geschlecht oder Alter differenziert und zu verschiedenen Lebensstilen, Identitätsmodellen, zu zeitlichen und räumlichen Bezugshorizonten ins Verhältnis gesetzt. Für das erfolgreiche Funktionieren der neuen Konsumgesellschaft ist die Entwicklung von Nischenmärkten dabei ebenso wichtig wie die Formierung von Konsumenten, die ihre Präferenzen pflegen – analog zu aktuellen Formen der Governance, die darauf aufbauen, dass das Individuum selbst die Verantwortung für die Wahl des erfolgsbringenden Lebensstils trägt und dadurch regierbar wird: »Government« in market democracies, then, is the art of managing choosing subjects without violating their ability and right to choose.«²⁸⁸ Erfolgreich sein und gut leben meint, eine geschmackvolle und differenzierte Beziehung zu den Dingen der eigenen materiellen Umwelt zu pflegen. Arm und erfolglos zu sein bedeutet hingegen »to be poorly connected through things to other people. It is to be unable to mount rituals of consumption.«²⁸⁹

Im Gegensatz zu den wenigen erfolgreichen Menschen ist es der Mehrheit der litauischen Bevölkerung kaum möglich, Kompetenzen für Erfolg auf dem freien Markt zu erwerben oder die für den guten Geschmack erforderlichen sinnlichen Erfahrungen zu sammeln, um sich mithilfe von Dingen in die Gesellschaft zu integrieren. Dies betrifft vor allem ältere Menschen, die einen Großteil ihres Berufslebens in der Sowjetrepublik Litauen zugebracht haben und auch heute noch mit einer Schachtel billiger Pralinen zum Arzt gehen, wie sie dies in sowjetischer Zeit taten, als die Pralinen als Delikatesse galten. Heute erhalten sie dafür keine bessere Behandlung und können froh sein, wenn der Arzt wegen ihres Mitbringsels nicht beleidigt ist. Ihr Geschmack ist altmodisch; sie sind nicht imstande, ihren Körper mit den »guten Dingen« zu füllen und ihr Leben mit Hilfe der »besten« Praxen auf den Weg des Erfolgs zu bringen, und sie bleiben somit für ihre Misserfolge selbst verantwortlich.²⁹⁰

287 Vgl. J. Ridderstråle/N. Nordström: *Karaoke-Kapitalismus*, S. 265.

288 Elizabeth C. Dunn: »Standards and Person-Making in East Central Europe«, in: Aihwa Ong/Stephen J. Collier (Hg.), *Global Assemblages. Technology, Politics, and Ethics as Anthropological Problems*, Oxford: Blackwell 2005, S. 173-193, hier S. 21.

289 R. Fardon: *Mary Douglas*, S. 133.

290 Zum Verhältnis anderer sozialer Gruppen zur sozialistischen Vergangenheit siehe: Svetlana Boym: *The Future of Nostalgia*, New York: Basic Books, 2001; Neringa Klumbyte: »Post-Soviet Publics and Nostalgia for Soviet Times«, in: Ingo W. Schröder/Asta Vonderau (Hg.), *Changing Economies and*

So werden parallel zum neuen *common sense* des Alltagslebens, der mit der sich wandelnden Materialität und Körperlichkeit (*senses*) in einer postsozialistischen Gesellschaft wie Litauen entsteht, auch neue Prinzipien sozialer Differenzierung verinnerlicht und verkörpert. Um es mit Pierre Bourdieu zu sagen, erhält der Geschmack in diesem Kontext eine immer deutlichere Funktion als »bestimmendes Klassifikationsprinzip«, das eine repräsentierte soziale Welt hervorbringt.²⁹¹ Eben mit Hilfe dieses Prinzips wird wenn schon kein Klassenkörper, so doch der Körper der Gewinner erst geschaffen und das gute Leben definiert.

Changing Identities in Postsocialist Eastern Europe, Berlin, Münster: LIT-Verlag 2008, S. 27-45; Oleg Pachenkov/Lilia Voronkova: »New Old Identities and Nostalgias for Socialism in St. Petersburg and Berlin Flea Markets«, in: ebd., S. 191-216.

291 P. Bourdieu: Die feinen Unterschiede, S. 307.

**Erfolgsmodelle auf dem freien Markt.
Symbolische Bedeutungen und
kulturelle Praxen**

Semantiken des Erfolgs. Mediale Repräsentationen²⁹²

Jeden Tag treffe ich nun Alma und ihre Freundinnen im Restaurant Antonio. Auch heute trinken sie dort wieder ihren morgendlichen Kaffee und blättern in den ausliegenden Zeitungen. Alma, die verspätet eingetroffen ist, eilt zum gegenüber liegenden Kiosk und kommt mit einer frisch erschienenen Illustrierten zurück, auf deren Titelseite ihr Porträt prankt. »Endlich bin ich auch mal auf einem Cover!«, ruft sie und betrachtet dankbar das Foto. »Warst Du denn noch nie auf einem Titelblatt?« frage ich, weil ich schon unzählige Bilder in Illustrierten von Alma in ihren verschiedenen Rollen gesehen habe: als Jungunternehmerin, Popsängerin, als Frau eines bekannten Fußballers und Tochter eines bekannten Geschäftsmanns.

Das Wohnzimmer von Ilona zeugt von einer Vorliebe für teure und außergewöhnliche Gegenstände, die für die meisten meiner Informanten untypisch ist, weil sie sich eher als Vertreter eines dezenten, klassischen Geschmacks darstellen und jede Zurschaustellung von Reichtum für ein Erkennungsmerkmal der »Neureichen und Mafiosos« halten. Ich frage mich, ob der rustikale und kitschige Einrichtungsstil, der auch auf Ilonas Kleidung und Make-up abfärbt, etwas mit ihrer Tätigkeit für einen in Russland angesiedelten, transnationalen Konzern zu tun hat, mit anderen Repräsentationsstilen, Symbolen des Wohlstands und des Erfolgs also, als es in einem westlich geprägten Unternehmen der Fall wäre. Ilona berichtet, sie sei soeben vom jährlichen Firmenball zurückgekehrt, der im Nikolaevskij Dvorec, einem der be-

292 Unter »Repräsentation« verstehe ich in Anlehnung an Chartier Organisationsformen des Wissens, mit deren Hilfe Menschen sich in ihrer Umwelt orientieren. Vgl. Roger Chartier: »Kulturgeschichte zwischen Repräsentation und Praktiken«, in: Roger Chartier: Die unvollendete Vergangenheit. Geschichte und die Macht der Weltausstellung, Frankfurt/Main: Fischer Wissenschaft 1992, S. 7-23.

rühmten St. Petersburger Paläste, stattgefunden habe, mit mehreren tausend Mitarbeitern des Konzerns aus aller Herren Länder, alle in eigens geschneiderte Barockkostüme gekleidet. Auch Ilona hat sich aus diesem Anlass ein epochengemäßes Kleid nähen lassen, das beim Ball sogar zum schönsten des Abends gekürt wurde. Sie zeigt mir Fotos, die tatsächlich an Szenen eines Kostümfilms erinnern, und sagt, sie müsse nun unbedingt die Journalisten der Illustrierten *Žmonės*²⁹³ kontaktieren, um sich mit dem Kleid ablichten zu lassen, sei es doch wirklich eine eigene Fotosession wert.

Inga, die Generaldirektorin eines internationalen Kosmetikunternehmens, ist mir aus Presseberichten als professionelle und in ihrem Auftreten untadelige Dame bekannt. Wenn ich sie auf ihre Medienpräsenz anspreche, äußert sie, dass ihr Kontakt zu den Medien aus den frühen 1990er Jahren datiere und im Laufe ihrer Karriere immer intensiver geworden sei: »Nicht mal für mein Unternehmen brauche ich so viel PR, wie ich sie bekomme!« Sie beantworte zwar überhaupt nur ein Fünftel aller Anfragen auf Interviews oder Fototermine, sehe aber auch keinen Sinn darin, sich bei Veranstaltungen oder anderen Anlässen vor den Kameras zu verstecken, da verärgerte Journalisten sich mit der Veröffentlichung kompromittierender Bilder rächen könnten:

Da ich unter anderem Schauspielerei studiert habe, weiß ich, wann und wie ich am besten aussehe. Ich stelle mich also vorteilhaft in Positur, sage zu meinem Mann, er solle seinen Bauch einziehen und sein Jackett zumachen, und dann lassen wir uns fotografieren. Dann weiß ich wenigstens, dass ich für den Rest des Abends in Ruhe gelassen werde, dass die Fotografen mir nicht folgen werden, wenn ich mich später mit jemandem unterhalte, mit dem ich nicht fotografiert werden will oder wenn ich ein Glas Wein in der Hand halte. (Inga)

Inga betont, für ihre medialen Auftritte bestimmte Grenzen festzulegen; so spreche sie nie über den Inhalt ihrer Kleiderschränke oder die Einrichtung ihrer Wohnung. Stattdessen wirbt sie indirekt für ihr Unternehmen, indem sie ab und zu in auflagenstarken Zeitschriften als Expertin und Beraterin zu Fragen der Etikette und des Stils in Erscheinung tritt. Den Leserinnen eines Artikels mit dem Titel »Die ungeschriebenen Regeln des Glamours« empfiehlt sie: »Seien sie stets dazu bereit, fotografiert und gefilmt zu werden.«²⁹⁴

Wie Domas im Interview sagt, stellt die Arbeit als Schönheitschirurg mit eigener Schönheitsklinik seine wichtigste Verdienstquelle dar, obwohl er auch

293 *Žmonės* [Leute] ist eine wöchentlich erscheinende Zeitschrift, die in etwa der Deutschen Gala vergleichbar ist und die größte Auflage unter den Illustrierten ihres Genres in Litauen erreicht.

294 Igrida Gelminauskienė: »Nerašytos vakarėlių taisyklės« [Die ungeschriebenen Gesetze der Abendveranstaltungen], in: *Stilius* vom 03.12.2004, S. 53.

in einem normalen Krankenhaus als Chirurg arbeite. Dort werde man aber so schlecht bezahlt, dass man sich nicht respektiert und nicht gebraucht fühle. Er berichtet, dass eine immer größere Zahl seiner privaten Kunden aus der Provinz komme, weil die Medien selbst in den Dörfern bestimmte Schönheitsvorstellungen und Körperbilder sowie Informationen darüber verbreiten würden, wie man den eigenen Körper verändern kann. Domas nennt als Beispiel *Stilius*, auf deren Erscheinen jeden Freitag ganz Litauen warte. Auch er sei schon öfters darin abgebildet gewesen; schließlich habe dies einmal Prestige bedeutet, und für manche Menschen sei das immer noch der Fall: sie seien sogar bereit, Geld für ihren Auftritt in *Stilius* zu bezahlen. Domas gibt an, die Chefredakteurin der Zeitschrift gut zu kennen und dort jederzeit für Eigenwerbung sorgen zu können, doch fände er es mittlerweile peinlich, in *Stilius* abgebildet und beschrieben zu werden, weil er das Blatt nicht mehr ernst nehme und es nur zum Vergnügen oder auf der Suche nach Bildern von Bekannten durchblättere: »Manche wollen in die Zeitschrift hinein, manche schauen von oben her drauf, andere von unten. Ich gehöre zu denen, die von oben draufschauen.«

Nachdem ich am Anfang des Buches dargelegt habe, dass Erfahrungen medialer Repräsentation für meine Rolle als Ethnologin konstitutiv waren, weil sie mein ›Im Feld-Sein‹ bestätigten und zugleich interessantes Forschungsmaterial lieferten, will ich im Folgenden der Frage nachgehen, welche Bedeutung mediale Präsenz²⁹⁵ – als eine Form öffentlicher Repräsentation – für meine Informanten haben kann. Wie spielt mediale Präsenz in die Konstruktion ihrer sozialen Identitäten und öffentlichen Images als Verkörperungen von Erfolg und gutem Leben hinein? Welche gesellschaftlichen Transformationen können anhand des Wandels medialer Repräsentationsformen und Inszenierungspraxen verfolgt werden? Ausgehend von Fragen wie diesen werde ich die Auftritte meiner Informanten in People-, Lifestyle- und Frauenzeitschriften analysieren. Dabei geht es mir um Praxen der (Selbst-)Inszenierung in sprachlichen und bildlichen Darstellungen, die die Genres der (Print-)Medien dominieren. Die angeführten Beispiele entnehme ich vor allem zwei Zeitschriften, *Moteris* und *Stilius*; es ist also keine erschöpfende Analyse medialer Diskurse beabsichtigt, sondern vielmehr eine pointierte Auseinandersetzung mit einigen Formen medialer Repräsentationen, die für kulturelle Vorstellungen von Erfolg und gutem Leben konstitutiv sind.²⁹⁶

295 Es geht mir hier um Präsenz in populären Massenmedien. Ich betrachte mediale Repräsentationen als eine von vielen möglichen öffentlichen Repräsentationsformen und verfolge daher auch nicht den Anspruch, alle medienspezifischen Aspekte der Beispiele zu berücksichtigen.

296 Meiner Meinung nach lassen sich die angeführten Beispiele medialer Repräsentationen von Erfolg und gutem Leben verallgemeinern. *Moteris* ist das Bei-



Abbildungen 8 und 9: Titelbild *Tarybinė Moteris*, 1/409 (1986); Titelbild *Stilius*, Nr. 39 vom 14.10.2005.

In Anlehnung an Erving Goffman ist davon auszugehen, dass die verschiedenen Formen medialer Repräsentation sich nicht nur auf der Ebene individueller Lebenswelten, sondern ebenso auf der Ebene der Kommunikation zwischen sozialen Akteuren und auf der Ebene der sozialen Struktur performativ auswirken und nur in einem bestimmten historisch-gesellschaftlichen Rahmen wirksam werden können.²⁹⁷ Zu diesem Rahmen gehören unmittelbar auch Selbstdarstellungsmittel, die in den konkreten Institutionen und sozialen Strukturen verankert sind und die ein Publikum, das diese Repräsentationen wahrnimmt, versteht und mitproduziert.²⁹⁸ Bei den hier beschriebenen medialen (Selbst-)Inszenierungen werden also einerseits Szenarien des guten Lebens oder des Erfolgs durch (Status-)Objekte und bestimmte Körperbilder

spiel einer »alten« Zeitschrift, die schon in der sozialistischen Republik Litauen als *Tarybinė Moteris* [Die sowjetische Frau] erschien; *Stilius* hingegen ist eine »neue« Zeitschrift, die im Jahr 1998 erstmalig herauskam, und die aufgrund ihrer hohen Auflage als wöchentliche Beilage zur größten litauischen Tageszeitung *Lietuvos rytas* und wegen ihrer Aufmerksamkeit der lokalen Prominenz gegenüber in meinem Forschungskontext besonders aufschlussreich ist.

297 Wenn ich von Performativität und Theatralität spreche, beziehe ich mich vorwiegend auf die Arbeiten von Judith Butler und Erving Goffman. Vgl. Judith Butler: *Haß spricht: zur Politik des Performativen*, Berlin: Berlin-Verlag 1998; Erving Goffman: *Wir alle spielen Theater: Die Selbstdarstellung im Alltag*, München: Piper 2003.

298 E. Goffman: *Wir alle spielen Theater*, S. 231.

materialisiert, und andererseits werden diese Verkörperungen und Materialisierungen mit kollektiven Vorstellungen des Erfolgs und guten Lebens verbunden: »Repräsentation fasst dabei die konventionelle Beziehung zwischen »Sachen« und »Zeichen« einerseits und zwischen »Zeichen« und ihren korrespondierenden mentalen Konzepten andererseits.«²⁹⁹ Die Eliten konstituieren demnach ihre Person in ihrer Rolle als Gewinner und werden zugleich durch Mediendiskurse als Person konstituiert. Wie Anja Tervooren bemerkt, wird in der Performativität medialer Repräsentation die Gleichzeitigkeit von strukturellen Zwängen und individueller Handlungsfähigkeit greifbar.³⁰⁰

Ich betrachte die medialen Räume (wie auch andere Räume öffentlicher Repräsentation) also als Bühnen, auf denen Drehbücher umgesetzt, Bedeutungen erzeugt und gesellschaftliche Rollen wie soziale Identitäten ausgehandelt, konstituiert und reproduziert werden.³⁰¹

Wer ist (un-)sichtbar?

Alle Mitglieder der sogenannten Elite mussten sich mit der Frage ihrer Präsenz in den populären Medien auseinandersetzen, auch wenn sie diesbezüglich durchaus unterschiedliche Haltungen und Meinungen hatten. Einige von ihnen strebten eine permanente mediale Sichtbarkeit an, während andere es bevorzugten, am Rande zu bleiben, und wiederum andere waren grundsätzlich nur selten auf den Seiten der Boulevard- oder Lifestylepresse zu sehen. Wie ich feststellte, war der unterschiedliche Umgang mit Medien vor allem in den divergenten ökonomischen Interessen der Akteure und Gruppen begründet. Informanten, die in der Unterhaltungs- oder Dienstleistungsbranche tätig waren, darunter Fernsehmoderatoren, Modedesigner, Stylisten, Eventmanager, Architekten, Restaurant-, Hotel- und Boutiquebesitzer, legten großen Wert darauf, indirekte und kostenlose Werbung machen zu können. Angehörige des gehobenen Managements von internationalen Firmen und insbesondere die Inhaber lokaler Unternehmen inszenierten sich in der Presse als Gesichter ihres jeweiligen Betriebs, um über diese PR ihren Ruf als Führungskraft eines

299 Andreas Hepp: *Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung*. Opladen: Westdeutscher Verlag 1999, S. 36; vgl. Stuart Hall (Hg.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, London: Sage 1997, S. 61.

300 Vgl. Anja Tervooren: »Körper, Inszenierung und Geschlecht«, in: Christoph Wulf (Hg.), *Grundlagen des Performativen. Eine Einführung in die Zusammenhänge von Sprache, Macht und Handeln*, Weinheim: Juventa 2001, S. 157-180, hier S.179.

301 Herbert Willems: »Inszenierungsgesellschaft? Zum Theater als Model, zur Theatralität von Praxis«, in: Herbert Willems/Martin Jurga (Hg.), *Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch*, Opladen: Westdeutscher Verlag 1998, S. 23-80, hier S. 41.

transparenten Unternehmens zu etablieren. Politiker stellten eine besondere Gruppe dar; sie beteiligten sich als Aktivisten des freien Marktes und Verkünder ideologischer Botschaften an medialen Inszenierungen.³⁰²

Dass mediale Sichtbarkeit nicht nur von den Interessen der sich inszenierenden Individuen, sondern vor allem von den ökonomischen Zielen der Medien selbst abhängt, war im überschaubaren Kontext der litauischen Medien ebenso unschwer zu beobachten. So konnte ich mich zum Beispiel vergewissern, dass sich viele der in der größten Tageszeitung *Lietuvos Rytas* werbenden Unternehmen oder Institutionen auch in den Berichten, Porträts und Reportagen des zur Zeitung gehörenden *Stilius* wiederfanden, selbst wenn die Berichte keinen ausdrücklichen Werbezweck hatten. Meine Informanten berichteten von Angeboten einzelner Printmedien, ihre persönliche Präsenz zu erhöhen, wenn sie im Gegenzug für das Bewerben ihrer Produkte oder Dienstleistung das jeweilige Medium wählten.

So erwies sich der populäre Mediendiskurs weniger als öffentliches Forum, in dem kollektive Bedeutungen unter verschiedenen Gruppen ausgehandelt werden, denn als ein privatisierter, elitärer Raum, der nur denjenigen zugänglich war, die genügend medial verwertbares, ökonomisches oder symbolisches Kapital besaßen. Doch zugleich erfuhr ich, dass auch die Unsichtbarkeit und Abwesenheit bestimmter Individuen in diesem Raum weniger durch Kapitalmangel, als von ökonomischen Interessen begründet war. So gab es genügend in der Wirtschaft oder anderen Bereichen einflussreiche Personen, die keine Werbung benötigten (wie etwa Bankiers) oder die dem Bild eines legalen, transparenten Unternehmens nicht entsprechen konnten oder wollten, etwa weil sie der Meinung waren, dass eine erhöhte Medienpräsenz die Aufmerksamkeit der Steuerbehörden auf sie lenken würde.

Um wen es sich bei diesen »unsichtbaren« Menschen tatsächlich handelte, konnte ich nicht aus erster Hand erfahren, weil die Wege meiner Forschung sich mit den ihren kaum kreuzten; schließlich verkörperten sie auch kein offizielles und dominantes Image von Erfolg, sondern eher dessen Schattenseite. In den Aussagen meiner Informanten waren die »unsichtbaren Anderen« allerdings stets als Gegenbild präsent:

Es gibt Leute, die mit großen Geldsummen spekulieren und sich ein Penthouse mit Schwimmbad auf dem Dach leisten können, aber die bleiben unbekannt. Die sind nicht als Führungskräfte in bekannten Unternehmen tätig oder öffentliche Personen, die ständig fotografiert werden. Vielleicht wären sie das gern, aber die Öffentlichkeit ignoriert sie unterschwellig. (Marius)

302 Wie in anderen osteuropäischen Ländern, so gehören auch in Litauen viele prominente Politiker der politischen und zugleich der ökonomischen Elite an; sie sind überdurchschnittlich wohlhabend und unternehmerisch aktiv.

Marius und anderen Informanten zufolge handelt es sich bei diesen Personen um in gesetzeswidrige, nicht-westliche Geschäfte verstrickte Neureiche, die in moralisch problematischen Geschäftsfeldern wie der Metallverarbeitung, dem Autohandel oder der Spielindustrie tätig sind – und damit Beschäftigungen nachgehen, die weniger Ausbildung als Aggressivität voraussetzen, »wo man unheimlich viel Geld verdienen konnte, doch um Fuß zu fassen, musste man jemanden erschießen, wenn man selbst nicht erschossen werden wollte. Mittlerweile haben sie ihre Unternehmen legalisiert und fahren mit Spitzenautos durch die Gegend« (Matas).

Die von meinen Gesprächspartnern behauptete Unsichtbarkeit der ›Anderen‹ erwies sich allerdings als relativ und nur im Blick auf das offizielle Image der europäischen litauischen Gesellschaft und ihrer Eliten gültig. Wie meine Interviewpartner gelegentlich einräumten, waren die ›Anderen‹ als Aktivisten des freien Marktes und Akteure im öffentlichen Raum sehr wohl bekannt und sichtbar:

Wir kennen sie alle. Es gibt viele Gruppierungen, alle wissen, womit sie sich beschäftigen. Man grüßt einander, aber man will nicht in ihrer Gesellschaft gesehen werden oder an einem Tisch mit ihnen sitzen, damit nicht der Verdacht aufkommt, dass man selbst in ihre Geschäfte involviert ist. So einen Ruf braucht keiner. (Marius)

Im Laufe meiner Forschung stellte auch ich fest, dass kein spezielles Insiderwissen vonnöten war, um diese scheinbar »unsichtbaren« Menschen sehen zu können, weil Stil – im Sinne der materiellen und körperlichen Zeichen eines bestimmten Habitus – in diesem Zusammenhang das differenzierende Prinzip darstellte. Die in auffällige Markengarderobe gekleideten Männer mit ihren makellos gepflegten Frauen und den großen Autos gehörten zum alltäglichen Straßenbild von Vilnius und unterschieden sich in Aussehen und Auftreten deutlich von anderen Gruppen. Ich sah sie in Restaurants, Klubs und Geschäften und fragte mich, wofür diese Menschen wohl stehen mochten, und warum meine Suche nach den Verkörperungen der Imaginationen von Erfolg und gutem Leben mich nie zu ihnen führte. Tatsächlich tauchten diese Personen (wenn auch selten) in den Medien auf, manchmal in auffälliger Nähe zu jenen, die sich als gesetzestreue, erfolgreiche, westlich orientierte Individuen inszenierten, so dass ich mir auch die Frage stellte, ob die Trennung zwischen dem transparenten Wir und dem mafiösen Sie, zwischen den ›Alt‹- und Neureichen auch jenseits der medialen Repräsentationen existierte.

Meine Interviewpartner, sich der Wirkung unbeabsichtigter medialer Nähe bewusst, bewerteten sich darüber, dass es ihrem guten Image schade, wenn die Zeitschriften neben ihren Bildern auch Bilder der Anderen veröffentlichten, wenn etwa die Frauen bekannter Mafiabosse oder die jungen

Freundinnen (neu-)reicher Männer als gleichermaßen beachtenswerte Personen vorgestellt wurden, obwohl sie nicht durch professionellen Erfolg, sondern durch Skandale bekannt geworden seien. Sie bemühten sich daher durch den Stil ihres Auftretens und Aussehens Distanz zu den Anderen herzustellen und das Image zeitgemäßer, erfolgreicher Europäer als »natürlichen« Teil ihres Habitus zu etablieren.

Da jedoch die Bedeutungen von (Lebens-)Stilen und symbolischen Zeichen im Kontext einer Transformationsgesellschaft wie Litauen stetig im Wandel begriffen sind, stellte die Rollendistanz – das heißt die »mehr oder weniger bewusste Trennung zwischen dem Individuum und seiner mutmaßlichen Rolle, die im Sinne der Botschaft »das ist nicht mein wirkliches Ich« kommentiert wird«³⁰³ – eine weitere, besonders wichtige Differenzierungsstrategie meiner Gesprächspartner dar. Die meisten von ihnen waren nicht gewillt, sich selbst als Vertreter der gesellschaftlichen Elite zu bezeichnen und meinten, nur durch die Medien in diese Rolle gedrängt worden zu sein, obwohl sie im selben Atemzug zugaben, dass die allgemeine Vorstellung davon, was und wer die Elite einer Gesellschaft sei, hauptsächlich durch Medienberichte entstünde. Sie wiesen auf »die berühmten Künstler und Professoren« hin, die eine »wirkliche«, wenn auch von Medien und Öffentlichkeit »vergessene« Elite darstellten. Laut Herbert Willems ist eine solche Rollendistanz integrativer Teil von (Selbst-)Inszenierung; sie erfüllt eine moralisch-symbolische Selbstschutzfunktion und bietet Raum für Improvisationen in der Selbstdarstellung.³⁰⁴ Indem sie die Existenz eines vermeintlich authentischen, bescheidenen und intelligenten Ich »hinter« ihrer medialen Elitenrolle vorführten, gingen meine Gesprächspartner also der Gefahr aus dem Weg, als arrogante, ungebildete Neureiche abgestempelt zu werden. Dabei blieben sie sich natürlich bewusst, dass sozialer Status und Erfolg in der heutigen Konsumgesellschaft vor allem anhand von materiellen und körperlichen Symbolen bestimmt wird, die ihnen selbst am leichtesten zugänglich sind (und nicht etwa der verarmten Intelligenz).

Darstellungen individuellen Erfolgs

Für eine erfolgreiche Selbstinszenierung sind somit Reflexivität, unternehmerische Geschicklichkeit und aktuelles Wissen erforderlich, zumal mit dem Übergang zur westlichen (Konsum-)Gesellschaft ganz neue mediale Landschaften (Mediascapes)³⁰⁵ entstanden sind. Für diese Landschaften ist die

303 Herbert Willems/Martin Jurga (Hg.), Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch, Opladen: Westdeutscher Verlag 1998, S. 37.

304 Vgl. ebd., S. 38.

305 Vgl. A. Appadurai: *Modernity at Large*.

schon beschriebene Figur des unternehmerischen Individuums von zentraler Bedeutung, das durch seine Aktivitäten auf dem freien Markt und durch die Profilierung, Reformierung und Regulierung seines Selbst die neuen Szenarien eines erfüllten Lebens und Erfolgs verwirklicht.

Neben internationalen Stars und Celebrities werden in den Frauenzeitschriften und Lifestylemagazinen,³⁰⁶ von denen die meisten erst seit Ende der 1990er Jahre erscheinen, viele Personen vorgestellt, die nicht ›dort‹ im Westen, sondern ›hier‹ vor Ort erfolgreich sind. Die Erfolgreichen werden vorwiegend als Privatpersonen mit ihren Lebens- und Liebesgeschichten, Stärken und Schwächen, alltäglichen Gewohnheiten und Vorlieben beschrieben und abgebildet. So zum Beispiel der Unternehmer Arvydas, der nicht nur die ersten Hochhäuser in Litauen baute, sondern auch freitags keine Anzüge trägt (*Stilius*, 26.03.2004),³⁰⁷ oder die Geschäftsfrau Daura, deren Erfolg sich neben dem Verkauf westlicher Modelabels auch auf die Scheidung von ihrem Mann erstreckt (*Stilius*, 27.05.05),³⁰⁸ oder schließlich der Millionär Viktoras, der durch Reichtum und politisches Engagement, aber auch durch seine Schwäche für die Sauna und den Cognac bekannt geworden ist (*Stilius*, 30.04.2004).³⁰⁹ Solche Inszenierungen bringen, wie John Langer erklärt, die Eliten zu den Lesern nach Haus und führen zur Bildung von Pseudo-Gemeinschaften. Empfindungen von sozialer Distanz und Machthierarchien werden geschwächt; es entsteht der Eindruck, dass die Gewinner bloß ›einfache Menschen‹ seien, und dass jeder ihre soziale Position erreichen kann, wenn er oder sie sich nur genügend anstrengt.³¹⁰

Da die zum größten Teil aus dem Westen importierten Erfolgsmodelle zunächst kaum Bezüge zur Alltagswelt und symbolischen Ordnung des verarmten und von sozialen Brüchen geprägten postsozialistischen Litauens aufwiesen, ist zu vermuten, dass die Lokalisierung von Erfolgsszenarien durch eigene ›Stars‹ und VIPs zur Glaubhaftigkeit und Implementierung der Idee des unternehmerischen Selbst in besonderem Maße beigetragen hat. Die porträtierten Personen sind als Grenzgänger zu betrachten, die die Grenze zwischen der (sozialistischen) Vergangenheit und (kapitalistischen) Gegenwart

306 Hier nur einige Titel: Moteris, Ieva, Laima, Cosmpolitan, Stilius, Mano namas [Mein Haus], Geras Skonis [Guter Geschmack].

307 Vgl. Jovita Jarutienė: »Dangoraižių karalius« [König der Hochhäuser], in: *Stilius* vom 26.03.2004, S. 22-24.

308 Vgl. Varnaitė, Lina: »Uždarau net mažiausius langelius praeičiai« [Ich schließe sogar die kleinsten Fenster zur Vergangenheit], in: *Stilius* vom 27.05.2005, S. 12-14.

309 Vgl. Lina Varnaitė: »Milionieriaus silpnybės« [Die Schwächen des Millionärs], in: *Stilius* vom 07.05.2004, S. 24-26.

310 Vgl. John Langer: »Television's ›Personality System‹«, in: David Marshall (Hg.), *The Celebrity Culture Reader*, London, New York: Routledge 2006, S. 181-195, hier S. 194.

erfolgreich überschreiten und neben dem gesellschaftlichen Wandel auch Kontinuitäten verkörpern. So realisieren sie die schon lange vorhandenen Visionen eines guten Lebens, die vor allem mit materiellem Überfluss und freiem Konsum einhergingen, und in gewisser Weise erinnern sie zugleich an die sozialistischen Arbeitshelden, die ebenfalls einmal offiziellen Szenarien des guten Lebens repräsentierten.

In sozialistischen Zeitschriften für Frauen, Jugend und Freizeit wurden oft Einzelpersonen porträtiert: vor allem Arbeiter und Bauern, aber auch Soldaten, Wissenschaftler, Sportler und Künstler, die außerordentliche Leistungen in ihrem Beruf erbracht hatten; daneben Partei- und Komsomol-Aktivistinnen, Delegierte der KP, mehrfache Mütter und freiwillige Helfer, die aktiv zum Aufbau des Sozialismus beitrugen. Personen wie diese wurden den Lesern zwar als besondere Persönlichkeiten, doch nie als eigenständige Individuen vorgestellt. Stets erschienen sie als Teil eines Kollektivs: eines Betriebs, einer Parteiorganisation und des sozialistischen Volkes. Nur im Rahmen des Kollektivs, so die Logik des damaligen ideologischen Diskurses, konnte der sozialistische Mensch seine Persönlichkeit entfalten, und zugleich befand er sich in einer lebenslangen Pflicht dem Kollektiv gegenüber.

Dieses Verhältnis von Kollektiv und Individuum zeigt sich beispielsweise in einem Artikel des Frauenblatts *Tarybinė Moteris* von 1986. Unter der Überschrift »Vertrauen« wird Jūratė Zeligmanienė porträtiert, eine Lehrerin und Delegierte der XIX. Versammlung der LKP. Die Beschreibung ihrer hervorragenden beruflichen Leistungen, ideologischen Aktivitäten und persönlichen Charakterstärken endet mit der Würdigung ihrer Mission für das Kollektiv:

Eine verantwortungsvolle Arbeit erwartet die Delegierten. Sie haben die Lösung der wichtigsten aktuellen Aufgaben anvertraut bekommen – den Wohlstand von Volk und Land und den Frieden zu sichern. Das ist eine ehrenvolle Mission. Die vom Volk Auserwählten sind des Volkes wert. Unter ihnen: die Lehrerin Jūratė Zeligmanienė.³¹¹

Sozialistische Helden stellten ihr persönliches Anliegen hinter die kollektiven Aufgaben zurück, und wenn sie ihre eigene Energie und ihren Willen (die »Resource Ich«) nutzten, dann weniger im Blick auf persönlichen Wohlstand oder individuelle Lebensentwürfe, als zum Wohle des Kollektivs. Die Rhetorik und Bildlichkeit der Berichte und Porträts war der ideologischen Botschaft gemäß organisiert. Personen wurden in der Regel als klein und bescheiden dargestellt, und wie in diesem Bericht über Jūratė wurde ihre Eigenheit, »sich nicht über andere zu stellen«, als besondere Charakterstärke hervorgeho-

311 »Pasitikejimas« [Vertrauen], in: *Tarybinė Moteris* Nr. 1 (1986), S. 3.

ben.³¹² Zugleich wurden sie nie aus der Ich-Perspektive, sondern in der dritten Person beschrieben; zu Wort kamen sie selbst meist nur im Dialog mit einem imaginierten Wir, also mit Volk und Partei, und um ihre Treue und Loyalität zu bekunden. So bedankte sich die in einem Artikel vorgestellte Rentnerin »Tante Kazimiera« bei der Regierung für ihre Altersrente.³¹³ Der Berichtende schlüpfte hingegen immer wieder in die Rolle des Wir, des Volkes oder der Partei, um sich bei den Arbeitshelden zu bedanken oder sie zu loben: »Es ist unmöglich, einen solchen Menschen nicht zu lieben und nicht zu respektieren,« lautete der Schlusssatz einer Reportage über den besten Landwirt des Jahres 1979, der scheinbar aus dem Munde des ganzen Volkes kam.³¹⁴

Da die sozialistischen Arbeitshelden soziale Wesen darstellen sollten, wurden sie fast ausschließlich in ihrem Arbeitsumfeld und in der Interaktion mit anderen abgebildet. Anders als es für die heute medial präsentierten Gewinner üblich ist, schauten sie häufig nicht in die Kamera; sie mussten auch nicht selbstbewusst lächeln und trugen keine Statuszeichen, sondern schlichte Arbeitskleidung. In ihren Porträts wurden auch kaum persönliche Lebensgeschichten oder Details aus ihrem Alltag angeführt, abgesehen von einigen erdichteten Passagen über die einfache Herkunft des jeweiligen Helden oder seine familiäre Aufopferungsbereitschaft. Konsumformen jedweder Art, individuelle Interessen oder persönliche Lebensstile standen ebenfalls nicht im Mittelpunkt, agierten die Arbeitshelden doch als Produzenten und nicht als wählende Konsumenten. Prägend für ihr Leben war es, dem Kollektiv die eigene Energie und Lebenszeit zu geben und zu opfern, nicht das Nehmen oder Wählen aus einer Vielfalt an Möglichkeiten. Daher wurde in den Zeitschriften neben ideologischem Optimismus und Zukunftsglauben auch viel Raum für die Beschreibung von Mühen, Sorgen und Opfern gelassen, wie sie am abgearbeiteten Körper ablesbar werden, an den faltigen Hände alter Menschen oder den vom Wind gehärteten Gesichtern und muskulösen Armen der Arbeiter. Zeichen von körperlichem Verschleiß werden in diesen Texten zugleich als Indikatoren seelischer Reife und innerer Schönheit interpretiert.

Die Figur des vom Leben geprüften Helden verschwand nicht über Nacht mit dem Ende des Sozialismus oder durch das Bild des unternehmerischen Individuums; in den Zeitschriften findet es sich bis zur Mitte der 1990er Jahre. Zu Beginn des Jahrzehnts nahm der ideologische Optimismus der sozialistischen Rhetorik jedoch stark ab, während vom Werbepathos der kapitalistischen Konsumgesellschaft noch nichts zu spüren war. Die Funktion einer Alltagspoetik, wie sie in der kapitalistischen Konsumgesellschaft der Werbung

312 Ebd.

313 »Teta Kazimiera« [Tante Kazimiera], in: Tarybinė Moteris, 11 (1982), S. 11.

314 »Geriausias iš geriausių« [Der Beste der Besten], in: Jaunimo gretos [Jugendreihe], 1(1979), S. 1.

zukommt,³¹⁵ wurde von einem Diskurs des nationalen Leidens erfüllt. »Was haben sie uns angetan? Vor dem Krieg waren wir doch eine fromme Nation, die den zehn Geboten Gottes Folge leistete«,³¹⁶ klagte zum Beispiel 1989 eine in *Tarybinė Moteris* porträtierte Schauspielerin, und die traurige Bilanz einer alten Frau, die im gleichen Blatt von den Schwierigkeiten ihres Lebens berichtete, lautete: »Wenn ich auf mein Leben zurückblicke, kann ich nur weinen.«³¹⁷ Es wurden persönliche, in der sowjetischen Besatzungszeit erlebte Dramen und die alltäglichen Schwierigkeiten in einer Defizitgesellschaft beschrieben, in der Konsum- und Wahlmöglichkeiten eine ferne Vision blieben. Die ökonomische Misere der frühen 1990er Jahre ist nicht nur in den Inhalten, sondern auch in der Druckqualität der Zeitungen und Zeitschriften spürbar, dem schlechten Papier, der dünnen Tinte und den mitunter beinahe unkenntlichen Abbildungen. Zu den wenigen damals porträtierten Individuen gehörten Dissidenten, frühere Emigranten, Künstler, Intellektuelle und die Teilnehmer der nationalen Bewegung; Aktivisten des freien Marktes oder Besitzer ökonomischen Kapitals traten nicht auf. Diese Personen agierten nun im Namen der Nation und nicht mehr im Interesse des sozialistischen Volkes, und sie waren mit dem Wiederaufbau eines Nationalstaates und der Wiederbelebung eines nationalen Bewusstseins eher als mit Produktion beschäftigt. Trotz dieser Unterschiede glichen sie dem (verhassten) Gegenbild des sozialistischen Arbeitshelden mehr als dem Bild eines frei wählenden und sich selbst gestaltenden, unternehmerischen Individuums, das in der zweiten Hälfte der 1990er Jahre in den Vordergrund rückte.

Was nun die »neuen« Helden und Heldinnen des freien Marktes und des Erfolgs betrifft, so treten sie in den litauischen Medien stets als eigenständige und unabhängige Individuen in Erscheinung. Für sie zählen weder Kollektiv, Volk oder Nation, sondern allein das persönliche Glück und der Wohlstand. »Ich will nur mein eigenes Leben führen und nur für mich verantwortlich sein. Für ein glückliches Leben,«³¹⁸ lautet der Wahlspruch dieser medialen Personen. Die litauische Presse stellt ihre Wünsche nicht als Phantasien dar, sondern als umzusetzende Visionen, für deren Verwirklichung lediglich zwei Voraussetzungen gelten. Zum einen muss man ein verantwortungsvoller und kompetenter Konsument sein und aus der Vielfalt von Möglichkeiten kontinu-

315 Vgl. Mike Featherstone: »The Body in Consumer Culture«, in: Mike Featherstone/Mike Hepworth/Bryan S. Turner (Hg.), *The Body. Social Process and Cultural Theory*, London: Sage 1995, S. 170-195, hier S. 174.

316 »Trys aktorės monologai« [Drei Monologe einer Schauspielerin], in: *Tarybinė Moteris*, 12 (1989), S. 4-5.

317 »Pasakojimas apie senelę be vardo ir pavardės« [Erzählung über eine alte Frau ohne Namen und Nachnamen], in: *Tarybinė Moteris*, 10 (1989), S. 13.

318 Lina Varnaitė: »Uždarau net mažiausius langelius praeičiai« [Ich schließe auch die kleinsten Fenster zur Vergangenheit], in: *Stilius* vom 27.05.2005, S. 12-14, hier S.12.

ierlich die je adäquaten Angebote auswählen können, die eine Konsumgesellschaft westlichen Zuschnitts anzubieten suggeriert. Zum anderen muss man lernen, sich selbst als Ressource zu betrachten, die ständig optimiert werden kann (dafür aber auch gepflegt und trainiert werden muss) – eine Ressource, mit der unternehmerisch umzugehen ist. Jeder Schritt, den die ›Gewinner‹ beruflich wie privat unternehmen, wird unter dem Einfluss dieser Imperative organisiert und in den Zeitschriften entsprechend bewertet. So wurde die Hoteldirektorin Jūratė mit einem Porträtfoto auf der Titelseite von *Stilius* (15.10.2005) und im Innenteil mit einem Interview zu ihrer Biographie und Karriere bedacht. Hinzu kam ein genaues Protokoll ihres Tagesablaufs in Text und Bild, beginnend mit gymnastischen Übungen auf dem Hof ihres Hauses um 6 Uhr morgens über ein leichtes Frühstück (7 Uhr), die Verabschiedung von ihrem kleinen Sohn (7.30 Uhr), die Ankunft am Arbeitsplatz (8.30 Uhr), eine Arbeitsbesprechung unter Kollegen (10 Uhr), ein Geschäftsessen (13 Uhr), Kundengespräche (14.30 Uhr), Kaffeeklatsch mit einer Freundin (16 Uhr), das Hobby Gartenpflege (19 Uhr) bis hin zur Erfüllung der mütterlichen Pflichten, dem Spielen und Lesen mit dem Sohn (20-21 Uhr) (siehe Abb. 10).³¹⁹

Unternehmerische Individuen kennen in ihrer medialen Selbstproduktion und Selbstdarstellung so gut wie keine Grenzen. Sie widmen sich ihr rund um die Uhr und mit ihrer ganzen Person, mit ihrem beruflichen und persönlichen Leben, ihrem Körper und ihrer Energie. Sie sind nicht bescheiden wie einst die sozialistischen Arbeitshelden, sondern treten offensiv auf. Sie lächeln in die Kamera und zeigen ihren Wohlstand, sind kommunikativ und offen, sie verschönern und verändern ihren Körper, konsumieren Dinge, wechseln ihren Lebensstil, erproben verschiedene berufliche Möglichkeiten und verspüren keine Scheu, die privatesten Bereiche ihres Lebens offenzulegen, vorausgesetzt natürlich, dies trägt zur Realisierung ihrer Vision von Erfolg bei. Ihre Aussagen ähneln mitunter den Parolen eines politisch neoliberalen Zukunftsglaubens: »Man sollte keine Angst vor großen Autos haben, genauso wie man keine Angst vor großem Glück und großen Taten oder vor großem Geld und großer Freude haben sollte,« meint etwa eine Geschäftsfrau, die in *Stilius* unter der Überschrift »Mein Automobil« ihr Gefährt und zugleich ihren Körper und ihre Lebenseinstellung präsentiert.³²⁰

319 Vgl. Vaiva Rumšaitė: »Paslapčių apie viešbučio svečių silpnųbes saugotoja« [Sie hütet die Geheimnisse der Hotelgäste], in: *Stilius* vom 14.10.2005, S. 26-29.

320 »Mano automobilis« [Mein Auto], in: *Stilius* vom 16.06.2000, S. 15.



Abbildung 10: *Stilius*, Nr. 39 vom 14.10.2005, S. 28-29.

Zur Ikonologie des guten Lebens

Selbst wenn (Erfolgs-)Darstellungen in den Medien für das breite Lesepublikum leicht zugänglich und verständlich sind, setzt dieses Verständnis doch einen neuen Wissensbestand voraus, der den Erfolg und das erfolgreiche Individuum als eine durch materielle und körperliche Zeichen markierte Größe definiert. Die gegenwärtige Ikonologie des Erfolgs hat sich erst in den letzten zehn bis fünfzehn Jahren herausgebildet. Zur Zeit der sozialistischen Medien (und noch einige Jahre danach) stand Erfolg nicht für eine messbare, anhand materieller und körperlicher Zeichen bestimmbare Größe. Der Erfolg der Arbeitshelden war zwar anhand von Produktionsleistungen darstellbar, etwa wenn jemand den Fünfjahresplan innerhalb von drei Jahren umsetzte, wurde in der Medienöffentlichkeit jedoch als ideelle Größe thematisiert, die weniger in materiellen Zeichen, als in der inneren Schönheit und Würde einer Person zum Ausdruck käme.

In der »neuen« Konsumgesellschaft, die Erfolg und innere Schönheit als Ergebnis verantwortungsvollen Konsums und kontinuierlicher Körpergestaltung konstruiert, erwies sich das visuell undifferenzierte und materiell arme Image des Arbeiter-Helden, so wie später das des Nationalhelden, für die Implementierung einer neoliberalen Ikonologie von Erfolg und gutem Leben weniger als geeignet. Die informellen (post-)sozialistischen Vorstellungen eines besseren, mit dem freien Konsum westlicher Waren assoziierten Lebens

boten in diesem Zusammenhang weitaus mehr Anknüpfungspunkte für neue Erfolgsszenarien. Doch auch diese zum Teil vagen Visionen mussten erst konkretisiert, verdinglicht und aus der symbolischen Ordnung der sozialistischen Welt in die »signifying practices«³²¹ und Wissensbestände der kapitalistischen Konsumgesellschaft übersetzt werden.

Berichte in den Frauen-, Lifestyle- und Boulevard-Zeitschriften zeigen, wie sich die aus der gesellschaftlichen Übergangssituation resultierende Bedeutungsverwirrung und symbolische (Un-)Ordnung in einen immer klareren und komplexeren Erfolgskurs wandelte. Die ersten, 1998 erschienenen Ausgaben von *Stilius* fragten gezielt nach der Existenz und dem »wahren« Geist der litauischen Elite. Das Magazin, das sich der von mir interviewten Redakteurin zufolge ausdrücklich der Aufgabe widmete, die lokale Elite zu formen, richtete diese Frage an bekannte Historiker und Soziologen und an die überlebenden Verwandten oder Bediensteten der litauischen Zwischenkriegsaristokratie.³²² Da der Sozialismus aus Sicht dieser Experten als Epoche der Zerstörung des litauischen Staates und seiner Gesellschaft erschien, konzentrierte sich ihre Suche nach der Elite auf die Epoche des litauischen Großfürstentums im 14. und 15. Jahrhundert und das unabhängige Litauen der Zwischenkriegszeit.

Der Versuch, zwischen diesen historischen Epochen und der Gegenwart Kontinuitäten und Traditionen herzustellen, resultierte in einer bizarren Mischung aus Portraits historischer Persönlichkeiten, internationaler Celebrities und der lokalen Prominenz. »Elite«³²³ meinte im medialen Diskurs Anfang bis Mitte der 1990er Jahre eine noch stark von Eigenschaften wie Stolz, Anstand oder Ehre sowie durch Verwandtschaftsbeziehungen bestimmte Größe, und der dazugehörige Habitus und Lebensstil wurde oft als Ausdrucksweise dieses Geistes betrachtet. Bei den in den Berichten porträtierten Personen handelte es sich oft um Künstler, Schauspieler oder Wissenschaftler, die sich durch ihr

321 Stuart Hall (Hg.), *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*, London: Sage 1997.

322 Vgl. etwa Irmina Matonytė: »Elitas ir Stilius« [Elite und Stil], in: *Stilius* vom 16.06.2000, S. 10-12; Vilma Ramezaite: »Aukštuomenės puotos liko tik jaubystės prisiminimuose« [Prominenzbälle bleiben eine Jugenderinnerung], in: *Stilius* vom 21.01.2000, S. 19-21; »Aukštuomenės pokyliai« [Prominenzbälle], in: *Stilius* vom 30.01.2004, S. 28-29; Edvardas Gudavičius: »Lietuvos aukštuomenė: Mitas ar tikrovė?« [Litauischer Adel: Mythos oder Realität?], in: *Stilius* vom 24.03.2004, S. 18-21.

323 Die Bezeichnung »Elite« wurde in Printmedien nach 1990 synonym mit »Aristokratie« und »Adel« benutzt, wo es um historische Zusammenhänge ging. »Elite« stand dann für vererbaren Status und materiellen Besitz, vor allem aber für geistige Größe und moralische Werte. In Bezug auf die Gegenwart blieb die Definition von Elite in den von mir analysierten Zeitschriften unscharf. Meist meinte die Bezeichnung einen überdurchschnittlich hohen sozialen Status, der durch materiellen Wohlstand markiert war.

symbolisches und nicht in erster Linie ökonomisches Kapital hervorhoben und daher gewiss nicht immer unternehmerischen Individuen ähnelten. In der ersten Ausgabe von *Stilius* (1998) beispielsweise erschien die Biographie zweier Künstler, einer Malerin und eines Dichters, die als Vagabunden herumzogen und ihr Leben mit dem Freitod beendeten. Diese alles andere als unternehmerischen Individuen wurden als Vorbilder freier und selbständiger Menschen dargestellt, hatten sie sich im Sozialismus und darüber hinaus doch scheinbar ihre innere, von gesellschaftlichen Zwängen unberührte Freiheit bewahrt.³²⁴

Die Analyse mehrerer Jahrgänge von *Stilius* verdeutlicht, dass die anfängliche Suche nach dem Geist der »echten« Elite schnell an Relevanz verlor. Stattdessen konzentrierte sich der Diskurs nun auf die Mitteilung, dass jedes unternehmerische Individuum zum Mitglied einer »echten« Elite werden könne. Konkrete Erfolgsgeschichten rückten in den Vordergrund, bei denen nicht der Geist im Zentrum stand, sondern die materiellen und körperlichen Mittel, über die Erfolg, ein gutes Leben und gesellschaftliche Anerkennung zu erreichen waren. Gegenstände des Prestige wie Markenkleidung, makellose Körper, modische Wohnungseinrichtungen, exklusiv gelegene Häuser, brandneue Autos oder Schmuck wurden als Zeichen des Erfolgs entziffert. Sie waren nun nicht mehr Lohn für innere Stärke und Schönheit, sondern vielmehr deren Voraussetzung: »Ich fühle mich wunderbar, wenn ich Spitzen und Seide an meinem Körper spüre. Wenn ich morgens einmal schlecht gelaunt aufwache, dann verbessert sich meine Stimmung, wenn ich rote oder bunte Unterwäsche anziehe. Dann wird mein Tag besser,« erklärte eine Unternehmerin im Interview mit *Stilius* den Zusammenhang zwischen innen und außen, Geist und Körper des unternehmerischen Individuums.³²⁵

Diese materialisierte Vision eines guten Lebens differenzierte sich zunehmend in verschiedene Lebensstile und Modetrends aus und wurde immer exakter im symbolischen, aber auch geographischen Raum der Gesellschaft verortet: in elitären Wohnbezirken, teuren Innenstadt-Boutiquen, Clubs oder VIP-Veranstaltungen. Parallel zur Ausdifferenzierung der medialen (Selbst-) Inszenierungen verkleinerte sich das Spektrum der Portraitierten. Der Erfolg diskurs beschränkte sich nunmehr auf Menschen, die auf dem freien Markt aktiv waren und sich durch den Besitz ökonomischen Kapitals von anderen abhoben. So wurde die früher verbreitete Vision eines freien, innerlich reichen Individuums auf einen *homo economicus* zugespitzt, der wirtschaftlich aktiv ist und auch privat als Unternehmer mit sich umgeht. »Erfolg« ver-

324 Vgl. »Redaktorės Žodis skaitytojoms« [Ein Wort der Redakteurin an ihre Leserinnen], in: *Stilius* vom 21.11.1997, S. 4.

325 Vgl. Alina Bieleckytė: »Mano Stilius« [Mein Stil], in: *Stilius* vom 27.01.2006, S. 6.

schob sich somit vom Inneren auf das Äußere des Menschen und wurde zu einer materiell wie körperlich bestimmbar Größe.

Der Erfolg der Geschlechter

Diese auf den Bühnen der Medien inszenierte »Oberflächenpolitik des Körpers«³²⁶ kam auch in einer veränderten Weiblichkeit und Männlichkeit zum Ausdruck, die sich mit dem Entstehen neuer Regierungsformen (*entrepreneurial governmentality*) in den postsozialistischen Ländern konstituierte.³²⁷ Die gegenwärtigen medialen Repräsentationen von Erfolg sind somit grundsätzlich und explizit geschlechtsspezifisch. Der Weg zum Erfolg wird für Männer und Frauen als verschieden dargestellt, wie auch allgemein die Rolle von Männern und Frauen in der Gesellschaft mit unterschiedlichen Bedeutungen belegt wird: »Die Frau für die Schönheit, der Mann für die Arbeit«, wie eines von vielen differenzierenden Statements in den von mir untersuchten Zeitschriften festhält.³²⁸

Es ist kaum überraschend, dass in einer Konsumgesellschaft, die auf die Ausbildung individueller Bedürfnisse, auf spezialisierte Konsumpräferenzen und die dazugehörigen Nischenmärkte angelegt ist, auch die öffentliche Diskussion von Geschlechterrollen diesen Marktprinzipien folgt. Derselben Marktlogik ist aber auch die Tendenz geschuldet, dass der mediale Geschlechterdiskurs dialogischer wird. Waren die sogenannten Frauenzeitschriften³²⁹ früher tatsächlich vorrangig von Frauen für Frauen geschrieben, so scheinen sie in dieser Hinsicht nun immer offener. Sie sprechen sowohl weibliche als auch männliche Leser an und stellen Meinungen und Images beider Geschlechter vor. Traditionell »männliche« und »weibliche« Themen (wie Beruf, Auto, Politik, Mode, Familie oder Körperpflege) werden stärker miteinander vermischt, auch wenn sie inhaltlich und stilistisch meist noch als geschlechtsbezogen markiert sind. *Stilius* etwa versieht Berichte über Frauen oder Männer mit orientierenden Überschriften wie »Das starke Geschlecht« oder »Das schwache Geschlecht«.

326 Judith Butler: Das Unbehagen der Geschlechter, Frankfurt/Main: Suhrkamp 1992, S. 200.

327 Alexei Yurchak: »Russian Neoliberal: The Entrepreneurial Ethic and the Spirit of ›True Careerism‹«, in: *The Russian Review*, 26.01.2003, S. 72-90.

328 Vgl. Aušra Vileikienė: »Viena turtingiausių šalies moterų Birutė Kantauskienė savo darbuotojus moko pasididinti atlyginimus« [Birute Kantauskiene, eine der reichsten Frauen Litauens, bringt ihren Angestellten bei, wie sie ihre Gehälter erhöhen können], in: *Stilius* vom 9.11.2007, S. 26-28, hier S. 26.

329 Männerzeitschriften gab es nicht. Zeitschriften, die sich mit Technik und Sport beschäftigten, zielten jedoch auf ein männliches Publikum und wurden von Männern gelesen.

Einerseits gehört diese Dialogisierung des Geschlechterdiskurses zum Prozess der Formierung des »neuen« Individuums, das sich unternehmerisch und unabhängig von seinem Geschlecht mit dem eigenen Image, Körper und Lebensstil sowie seinen Emotionen auseinandersetzen muss (also mit traditionell »weiblichen« Bereichen), um das eigene Selbst zu optimieren und auf dem freien Markt erfolgreich zu werden:

The process of reinventing oneself to fit the norms of the true careerist necessitates endless performative rituals – from bodily acts (appearance, clothes, gestures, movements, way of walking, manners, voice, style of drinking), to speech acts [...], to ritualistic acts of manipulating, reorganizing, and reshaping one's self-centered perspectives, emotions, feelings, the time and space of one's daily existence, and so forth.³³⁰

Andererseits verdeutlicht der intensive mediale Geschlechterdialog im litauischen Kontext auch den Nachholbedarf an der Aushandlung von Geschlechterrollen, die in sozialistischen Zeiten aus ideologischen Gründen kein öffentliches Thema darstellten. Ein solcher Dialog wurde explizit über mehrere Jahre auf den ersten Seiten von *Stilius* geführt. Unter Überschriften wie »Eine Frau über Männer« oder »Ein Mann über Frauen« wurden mehr oder weniger bekannte Männer und Frauen zu den ihnen vor- und nachteilig erscheinenden Eigenschaften, Charakterzügen und Erscheinungsbildern des anderen Geschlechts befragt und erhielten die Möglichkeit, ihre persönlichen, zum Teil gegensätzlichen Vorstellungen von Weiblichkeit und Männlichkeit vorzustellen. Selbst wenn solche Diskussionen eine Differenzierung der Geschlechterrollen mit sich brachten, bedeutet dies nicht, dass sich dadurch frühere Rollen und Bilder verflüchtigten, zumal die sehr unterschiedlichen Aussagen vor allem eines gemein hatten: sie fassten Geschlechterdifferenzen als unhintergehbare Tatsache und stellten Frauen in ein (zwar nicht immer eindeutiges, doch unterschwellig vorhandenes) Abhängigkeitsverhältnis zu den Männern. Ein Beispiel hierfür ist die Aussage einer Geschäftsfrau: »Fast alle berühmten Frauen wurden von einem Mann geschaffen. Was wäre Kleopatra ohne Antonius gewesen? Nur eine ägyptische Königin.«³³¹

Reportagen über erfolgreiche Männer schildern in erster Linie den beruflichen Werdegang, Führungsqualitäten oder organisatorische Fähigkeiten. Darüber hinaus wird von teuren Hobbys (wie Extremsportarten) und anderen Freizeitvergnügungen berichtet, die Mut und Risikobereitschaft unter Beweis

330 A. Yurchak: Russian Neoliberal, S. 80.

331 »Moteris apie vyrą. Jolanta Sargutytė. Lietuvos grimo ir makiažo asociacijos prezidentė« [Eine Frau spricht über Männer: Jolanta Sargutytė, Präsidentin des Litauischen Verbandes für Make-up und Maskenbildnerei], in: *Stilius* vom 31.10.2003, S. 6.

stellen, von Eigenschaften also, die auch in Unternehmen wichtig sind. Ein *Stilius*-Bericht mit dem Titel »Der König der Hochhäuser« beschreibt die abenteuerlichen Freizeitaktivitäten eines bekannten Bauunternehmers, der eine Vorliebe für das Bergsteigen hat, und stellt damit seine Charakterstärke heraus (26.03.2004).³³² »Weiblich« kodierte Formen von Vergnügen wie das Shoppen oder Wellness erscheinen für männliche Gewinner hingegen als unbedeutend: »Ein Traum, der sich morgen verwirklichen lässt, etwa der Wunsch, ein Paar Schuhe, ein Fahrrad oder ein Auto zu kaufen, ist für mich kein echter Traum. Ich weiß nicht einmal, wieviel Geld ich habe« (ebd.). Geschäftsmänner überlassen das Einkaufen oder die Körperpflege gern ihren Ehefrauen, Freundinnen und Töchtern, die wiederum als Stylistinnen, Hüterinnen, Helferinnen und Pflegerinnen ihrer Männer auftreten. Für den täglichen Konsum und für ihre Familien haben erfolgreiche Männer zwar genügend Geld, doch kaum Zeit – auch wenn eine Familie oder Freundin gewiss das Prestige erhöht. Familiäre Verpflichtungen sind für sie nur insofern relevant, als sie ihrem Image dienen oder zur Freizeitgestaltung funktionalisiert werden können. So wird gern betont, dass Karrieristen zwar kochen und bügeln, doch erledigen sie diese Haushaltsarbeiten zum eigenen Vergnügen, und *nur* weil und wann sie es wollen. Erfolg- und einflussreiche Männer werden in den litauischen Zeitschriften also weder als Produzenten noch als Konsumenten im alltäglichen Sinne dargestellt, weil sie Gegenstände oder Leistungen herstellen und verbrauchen, die sehr viel Geld wert sind und besondere Kompetenzen erfordern. Sie treten vielmehr als Investoren auf, die in ihr Unternehmen, ihren Wohlstand und ihr Image ebenso wie in ihre Familien und Frauen einzahlen und sie damit in gewisser Weise besitzen.

Im Mittelpunkt der weiblichen Portraits steht die aktive, starke und schöne Frau am Höhepunkt ihrer Karriere und ihres familiären Glücks. Was den Wandel der Frauenfiguren in den Zeitschriften seit der sozialistischen Zeit betrifft, so ließe sich behaupten, dass sich die mediale Frau von einer verantwortungsvollen Bürgerin zur verantwortungsvollen Konsumentin und (Selbst-) Gestalterin entwickelt hat. Von der abgearbeiteten, sich aufopfernden Mutter sozialistischer Zeit ist sie zur schönen Individualistin geworden, die wie die Männer auf eine Vision von Glück und Erfolg ausgerichtet ist und sich selbst dabei zur wichtigsten Ressource macht. Die Quellen ihres Erfolgs sind indessen nicht nur Wissen und Professionalität. Dazu gehören vor allem auch ihre körperliche Schönheit, die sie durch die adäquate Wahl von Image und Lebensstil pflegt, und natürlich ihre Beziehungen zu einflussreichen Männern, die ihr zu persönlichem Glück verhelfen können. Analog zu den häuslichen Pflichten der Männer wird in Bezug auf die Berufstätigkeit von Frauen oft da-

332 Vgl. Jovita Jarutienė: »Dangoraižiu karalius« [König der Hochhäuser], in: *Stilius* vom 26.03.2004, S. 22-24.

rauf hingewiesen, dass sie ihren Beruf ohne Notwendigkeit ausübten, weil ihnen wohlhabende Männer (als Ehemänner, Freunde oder Ex-Ehemänner) ein arbeitsfreies Leben ermöglichten. In ›weiblichen‹ Erfolgsgeschichten wird zum Beispiel stets erwähnt, wenn ein Mann seiner Frau ein Unternehmen schenkt, ihr hierfür das Startkapital zur Verfügung stellt oder sie auf andere Weise finanziell unterstützt. Häufig findet sich das Aschenputtelmotiv in den (Selbst-)Darstellungen erfolgreicher Frauen: das Erzählmotiv eines Mannes, der eine Frau aus einfachsten Verhältnissen befreit, in sie investiert und ihr ein sorglos glückliches Leben (einschließlich beruflicher Aktivitäten) beschert. »Die Begegnung mit meinem jetzigen Ehemann war für mich ein Geschenk des Schicksals. Durch ihn zerfiel mein Leben in zwei Teile: einen dunklen und einen hellen Teil.«³³³

In den Aussagen der Frauen wird die Abhängigkeit von Männern also kaum negiert, sondern vielmehr romantisiert und zu einer Ressource des eigenen Erfolgs umgemünzt: »Ich kann es mir leisten, schwach zu sein, weil ich immer jemanden habe, auf den ich mich stützen kann,« lautet die Aussage der zweitreichsten Frau des Landes, die gemeinsam mit ihrem Ehemann ein Unternehmen besitzt.³³⁴ Zur Logik solcher als weiblich konnotierter Erzählungen gehört, dass Frauen das Wohl der Familie und des Mannes über ihre berufliche Karriere stellen: »Wie stark auch immer wir [Frauen] sind, so gebührt die Führung doch den Männern« (ebd.). Nicht nur den in herkömmlichen Familien lebenden, sondern auch den erfolgreichen, aber alleinstehenden, geschiedenen oder kinderlosen Frauen³³⁵ wird in der Regel die Sehnsucht nach Mann und Familie in den Mund gelegt: »Ich habe schon einen Sohn, ein Haus und eine gute Arbeit. Fürs absolute Glück fehlen noch ein Mann und ein paar mehr Kinder, dann wäre ich von allen die Glücklichste.«³³⁶

Obwohl in den heute auflagenstärksten Zeitschriften unterschiedliche Karrieren und Identitätsmodelle von Frauen dargestellt werden, unter anderem solche, die noch vor einigen Jahren undenkbar waren, bleibt eine Hierarchie zwischen den Geschlechtern bestehen. Berufliche Aktivitäten von Frauen und

333 Aušra Ostasevičienė: »Violeta Campana. Meilė – didžiausia likimo dovana« [Violeta Campana. Liebe – das größte Geschenk des Schicksals], in: Stilius vom 7.01.2000, S. 6-10.

334 Aušra Vileikienė: »Viena turtingiausių šalies moterų Birutė Kantauskienė savo darbotojus moko pasididinti atlyginimus« [Birutė Kantauskiene, eine der reichsten Frauen Litauens, bringt ihren Angestellten bei, wie sie ihre Gehälter erhöhen können], in: Stilius vom 9.11.2007, S. 22-28.

335 Bemerkenswert ist, dass die litauischen Medien ausschließlich heterosexuelle Beziehungen thematisieren; Homosexualität wurde in den hier analysierten Erfolgsdarstellungen nie erwähnt.

336 Vaiva Rumsaitė: »Paslapčių apie viešbučio svečių silpnųbes saugotoja« [Sie hütet die Geheimnisse der Hotelgäste], in: Stilius vom 14.10.2005, S. 26-29, hier S. 29.

ihre Erfolge erscheinen im Vergleich zu denen der Männer immer als etwas alltäglicher und unspektakulärer. Die Frau wird vorwiegend über ihren Körper (und nicht etwa ihre Professionalität oder ihre Kompetenzen) wahrgenommen und als gestaltbare Masse inszeniert, die Subjekt und Objekt der medialen Repräsentation zugleich ist und für sich selbst wie für den Mann als eine »imaginary site, always available to be inscribed« dient.³³⁷

Selbst wenn Frauen im Alltag pragmatisch und geschickt mit solchen Hierarchisierungen umgehen und sie auf vielfältige Weise produktiv für sich zu nutzen vermögen, bleiben ihnen die Männer in ihrer Rolle als Investoren, zumindest auf Ebene des medialen Geschlechterdiskurses, somit eindeutig überlegen. Ausgehend von der Vorannahme, dass nicht nur Geschlechterdifferenzen durch bestimmte gesellschaftliche Strukturen und mediale Repräsentationen konstituiert werden, sondern umgekehrt Vorstellungen über Geschlechterdifferenz auch gesellschaftliche Strukturen konstituieren, lässt sich annehmen, dass der Diskurs über die Ungleichheit »männlichen« und »weiblichen« Erfolgs dazu beiträgt, Frauen in die wenigen spezifischen Bereiche des Marktes und in Berufe zu verdrängen, die, wie Mode und Wellness, zugleich als ihre »natürliche« Domäne ausgegeben werden.³³⁸

Performative shift

Wenn man bedenkt, wie grundlegend sich mediale Repräsentationsformen in den letzten Jahrzehnten der postsozialistischen Gesellschaften gewandelt haben, dann ist die Selbstverständlichkeit erstaunlich, mit der sich die neuen Repräsentationsmodi verbreitet haben. Schließlich ist, wie Erving Goffman feststellt, für eine erfolgreiche Repräsentation eine gemeinsame Symbolsprache und das gegenseitige Verständnis verschiedener Akteurs-(Gruppen) zwingend: »Es gibt immer ein Ensemble von Personen, deren Tätigkeit auf der Bühne in Verbindung mit den verfügbaren Requisiten die Szene bildet, aus der das Selbst der dargestellten Rolle entspringt, und es gibt ein anderes Ensemble, das Publikum, dessen Interpretationstätigkeit für dieses Auftreten notwendig ist.«³³⁹

Selbst wenn die auf den medialen Bühnen auftretenden »Gewinner« einen eindeutigen Sinn und Nutzen ihrer Inszenierungen erkennen sollten, stellt sich doch die Frage, wie es zu Verständnis und zur Mitproduktion dieser Repräsentationen durch das Publikum kommt. Wie konnten kollektive Interpretati-

337 Kathy Davis: »Beauty and the Female Body«, in: David Marshall (Hg.), *The Celebrity Culture Reader*, London, New York: Routledge 2006, S. 557-580, hier S. 565.

338 Vgl. auch A. Yurchak: *Russian Neoliberal*.

339 E. Goffman: *Wir alle spielen Theater*, S. 231.

onscodes innerhalb relativ kurzer Zeit und trotz des tiefgreifenden Bedeutungs- und Formenwandels entstehen? Auf der Suche nach einer Antwort auf diese Frage möchte ich die besondere Rolle der performativen Dimension medialer Repräsentationen hervorheben, die, wie ich zeigen werde, für die (Re-)Produktion sozialer Ordnung im litauischen Kontext ein vertrautes Prinzip darstellt und die Grundlage für neue mediale Repräsentationen bietet.

In seinem Buch *Everything Was Forever Until It Was No More. The Last Soviet Generation* (2006) schildert Alexei Yurchak die performative Wende (*performative shift*), welche die ideologischen medialen Diskurse des Spätsozialismus seit den 1980er Jahren geprägt hat. Er weist darauf hin, dass das Verhältnis zwischen der konstativen (intentionalen) und performativen Dimension von Diskursen nicht gleichbleibt, sondern sich in Bezug auf konkrete gesellschaftliche Konstellationen ändert. Yurchak zufolge war die performative Dimension ideologischer Diskurse im Spätsozialismus von besonderer Wichtigkeit, um die erfolgreiche (Re-)Produktion der Machtstrukturen zu erhalten – ganz im Gegensatz zu ihrer konstativen Dimension, die deutlich an Relevanz verlor. Denn um ideologische Machtstrukturen zu reproduzieren, konzentrierte sich der sozialistische Staat auf eine stark ritualisierte Wiederholung ideologischer Formen (Parolen, Reden, Demonstrationen, Versammlungen) und ließ die Definition und Reproduktion ihrer Bedeutungen zunehmend außer Acht. Dadurch differenzierten sich die symbolischen Bedeutungen einer als sozialistisch repräsentierten Lebensweise aus und entfernten sich von ihrer ursprünglichen Bestimmung. Zum einen ermöglichte es die Konzentration auf die performative Dimension ideologischer Diskurse dem Staat, die (wenn auch nur formale) Loyalität seiner Bürger zu gewährleisten. Zum anderen erlaubte ihnen diese Situation das Erproben nicht-sozialistischer Lebensweisen, die Teilnahme an informellen Netzwerken und den Aufbau alternativer symbolischer Ordnungen, ohne dass sie deshalb schlechte Bürger geworden wären: »Performative shift was the central principle through which authoritative discourse in late socialism operated and through which practice was represented and organized.«³⁴⁰

Yurchak zufolge ebnete die performative Wende den Weg für den Systemwechsel, der selbst für politische Insider wegen der offensichtlichen Stabilität der ideologischen Formen des Sozialismus zwar unerwartet, aufgrund der Flexibilität der Bedeutungen aber zugleich radikal und rasch vonstatten ging.

Auch heute noch ist die performative Dimension medialer Diskurse von besonderer Wichtigkeit. Sie trägt wesentlich dazu bei, das (Selbst-)Verständnis des wählenden Konsumenten und des unternehmerischen Individuums durchzusetzen. Im litauischen Kontext stellt sie ein schon aus dem Sozia-

340 Alexei Yurchak: *Everything Was Forever Until it Was No More. The Last Soviet Generation*, New York: Princeton University Press 2006, S. 26.

lismus vertrautes Prinzip symbolischer Repräsentation und (Re-)Produktion dar, das es ermöglicht, soziale Rollen und Differenzen durch das Nachahmen und Wiederholen übernommener (westlicher) Lebensstile und Körperbilder auch dann zu konstituieren, wenn deren Bedeutungen im symbolischen Haushalt der Gesellschaft (noch) nicht bestimmt sind. Dieses Übergewicht des Performativen spiegelt sich in Sprache und Bildlichkeit der hier besprochenen Zeitschriften. So etwa im Blick auf eine Rhetorik, die Adjektive wie »jung«, »berühmt«, »hervorragend«, »bekannt« oder »erfolgreich« mit Superlativen und Wiederholungen verbindet, oder in der überdeutlichen bildlichen Zurschaustellung materieller und körperlicher Erfolgsinsignien und Statussymbole. Diese Rhetorik ist der Grund, warum mediale Repräsentationen von Erfolg in Litauen oft wie genaue, aber etwas naive Kopien der internationalen Boulevardpresse erscheinen, als Wiedergabe bekannter Szenen und Szenarien, aber inszeniert ohne Abstand, Eigeninterpretation oder Ironie.

Wie Serguei A. Oushakine dargelegt hat, ermöglicht es die rituelle Wiederholung von Repräsentationsformen, die aus dem Sozialismus oder westlichen Medien bekannt sind, den für eine Transformationsgesellschaft charakteristischen Mangel an ausdifferenzierten symbolischen Bedeutungen zu überbrücken, die für die (Re-)Produktion neuer Strukturen und sozialer Positionen benötigt werden.³⁴¹ Eben dieser Mangel wird auch in litauischen Presseberichten über erfolgreiche Individuen beobachtbar, die zwar die neue lokale Elite vorstellen, sich dabei jedoch meist auf das ritualisierte Wiederholen tradierter Repräsentationsformen beschränken. Meine Informanten reflektierten diese relative Undifferenziertheit der sich wandelnden symbolischen Ordnung, indem sie darauf verwiesen, dass es sehr einfach sein kann, Elitenstatus zu erlangen: Hierfür würden das bloße Nachahmen bestimmter Stile und das Vorzeigen von Statussymbolen oft ausreichen. Sie wiesen zugleich darauf hin, dass diese Situation auch ihre Tücken habe. So müssten sie für ihre öffentliche Rolle als Gewinner mit Personen konkurrieren, die kein reales ökonomisches und symbolisches Kapital besäßen (die »nicht mit großen Autos herumfahren, weil sie viel Geld verdienen, sondern weil sie ihre Wohnungen verkaufen mussten«) und nur durch geschickte Inszenierung und Imagepflege in den Augen der Öffentlichkeit aufgestiegen seien.

Solche Beobachtungen lassen vermuten, dass performative Mittel der Repräsentation wie Stil im Kontext einer sich rasch wandelnden Gesellschaft wie der litauischen keinen über Generationen verinnerlichten Habitus anzeigen (der handlungsgenerative Funktion hat), wie es die Theorie Bourdieus

341 S. A. Oushakine entwickelt in seinem Artikel »The Quantity of Style« (2000) die Argumentation aus einer Befragung russischer Studierender, die auf die Bitte hin, Neureiche zu charakterisieren, ausschließlich sozialistische Vorstellungen materiellen Überflusses heranzogen.

will.³⁴² In Bezug auf diesen spezifischen Kontext, der Diskrepanzen zwischen den habituellen Handlungsdispositionen der Individuen und der gewandelten gesellschaftlichen Struktur deutlich werden lässt, bleibt somit offen, in welchem Maße eine Verbindung von Habitus und Praxis möglich wird. Angesichts dieser Unklarheit erweist sich einmal mehr die konstitutive Funktion, die der performativ-theatralen Dimension von Diskursen und der rituellen Reproduktion von Formen im gegebenen sozialen Kontext zukommt. Neben der beschriebenen (post-)sozialistischen performativen Wende und der spezifischen Situation einer Gesellschaft im Wandel lässt sich dies auch auf die allgemeine Entwicklung moderner Gesellschaften beziehen, in denen Medien Herbert Willems gemäß den Mittelpunkt gesellschaftlicher Realität und Theatralität darstellen und Theatralität ein »(kauf-)entscheidender wirtschaftlicher Faktor« wird: »Schein schlägt Substanz um und *in* Substanz um.«³⁴³

Performing self

Meine Analysen medialer Repräsentationen von gutem Leben und erfolgreichen Menschen zeigen, dass eine fortwährend praktizierte Theatralität und Imagepflege das Wesen des heutigen unternehmerischen Individuums ausmacht und es als »performing Self«³⁴⁴ charakterisieren.

Die kontinuierliche Repräsentation des »winning image«³⁴⁵ ist für den Erfolg und den Status des Gewinners in der neuen Konsumgesellschaft mindestens ebenso wichtig wie die Akkumulation realen ökonomischen Kapitals: »It is impossible to be accurate in listing a man's social standing [...] and it's impossible to list accurately the success or value of man; but you *can* judge man as a celebrity – all you have to do is weigh his press clippings.«³⁴⁶ Wie Ernest Sternberg feststellt, wohnt der Tendenz, Erfolg mit einem Celebrity-ähnlichen Image und Habitus zu verbinden, eine ökonomische Logik inne, die zum unternehmerischen Umgang mit der ›Ressource Ich‹ und zur Produktion markttauglicher Individuen beiträgt:

The new economic man is epitomized by the celebrity cosmetic surgeon. Through self-presentations that build his own celebrity, he not only profits himself but prescribes the facelifts and antidepressants that also serve society, palliating fear, restor-

342 Vgl. H. Willems/M. Jurga: Inszenierungsgesellschaft, S. 34-35.

343 Ebd., S. 56, 64.

344 M. Featherstone: The Body in Consumer Culture, S. 187.

345 Ebd., S. 190.

346 Daniel J. Boorstin: »From Hero to Celebrity. The Human Pseudo-Event«, in: David Marshall (Hg.), The Celebrity Culture Reader, London, New York: Routledge 2006, S. 72-90, hier S. 79.

ing confidence and making patients feel good, in their anxious rush to produce persona for the market.³⁴⁷

Im postsozialistischen Kontext erhält die rituelle Wiederholung performativer Praxen durch die in den Medien präsentierten Individuen eine besondere Funktion: als Motor der Transformation und der Ausdifferenzierung symbolischer Ordnungen. Denn wo es an symbolischer Organisation der Praxis fehlt, ist der Handelnde als »Performancekünstler« umso mehr gefragt.³⁴⁸ Gleichzeitig steht das Übergewicht des Performativen in Kontinuität zu den (spät-)sozialistischen Prinzipien sozialer Reproduktion, was zu ihrer heutigen Verständlichkeit und ihrem erfolgreichen Funktionieren sicherlich beiträgt.

Der Wandel medialer Erfolgsszenarien lässt sich anhand der Figur des sozialistischen Arbeitshelden auf den Punkt bringen, der mit dem Übergang zum freien Markt zu einem Aktivisten dieses Marktes wurde. Er wandelte sich vom Produzenten, der durch hervorragende Arbeitsleistungen Anerkennung durch das Kollektiv erfuhr, zum Konsumenten und Investor, der durch bewussten Konsum und geschickte Investitionen (auch in sich selbst) seinen individuellen Erfolg eigenhändig schuf: »from the Self-Made Man to the Man-Made Self«.³⁴⁹

Mediale Bühnen werden also zu Laboratorien der (Re-)Produktion einer unternehmerischen Gouvernementalität (*entrepreneurial governmentality*),³⁵⁰ in denen eine kontinuierliche Konstruktion und Repräsentation marktfähiger Individuen vonstatten geht. Die rituelle Wiederholung performativer Formen und Praxen, die bei der Herstellung sozialer Sichtbarkeit dieser Individuen eine essentielle Rolle spielt, ist keine bloße Repetition. Sie stellt eine wichtige Form der Wissensakkumulation dar, die für die Reproduktion von Machtstrukturen und sozialen Positionen notwendig ist. Wie Christoph Wulf erklärt, ist dies ein sinnliches Wissen, dessen mimetischer und theatraler Charakter performative Macht aufweist.³⁵¹

Was aber heißt es für das alltägliche Handeln der sich auf den medialen Bühnen darstellenden Menschen, ein *enterprising self* und *performing self* zu sein? Sicherlich bedeutet es für sie ständige Selbstinszenierung und das Bedürfnis, kollektiven Vorstellungen des bewussten und verantwortungsvollen

347 Ernest Sternberg: »Phantasmagoric Labor. The New Economics of Self-Presentation«, in: D. Marshall (Hg.), *The Celebrity Culture Reader*, S. 418-437, hier S. 434.

348 Vgl. H. Willems/M. Jurga, S. 53.

349 Hans Joas: *Die Kreativität des Handelns*, Frankfurt/Main: Suhrkamp 1992, S. 369.

350 Vgl. A. Yurchak: *Soviet Neoliberal*.

351 Vgl. Christoph Wulf/Jörg Zirfas (Hg.), *Das Soziale als Ritual. Zur performativen Bildung von Gemeinschaften*, Opladen: Leske+Budrich 2001, S. 7f.

Konsumenten zu entsprechen. Hinzu kommt aber auch die Notwendigkeit, Wissen über aktuelle stilistische Trends und Körperbilder zu erwerben, Experten zu konsultieren, den eigenen Körper umzubilden und Rollendistanz zu wahren. Kurz: die Sichtbarkeit in der Medienöffentlichkeit bedeutet kontinuierliche und intensive Arbeit an der eigenen Person, die vor allem durch signifikante Praxen und Räume zum Ausdruck kommt, über die ich im Folgenden sprechen werde.

PlacesBodies. Körperliche und räumliche Zeichen des guten Lebens in der Stadt

Seit dem Ende der Sowjetunion hat sich der städtische Raum von Vilnius deutlich verändert, und die Körper der Einwohner haben es auch. Räume und Körper wurden individualisiert, reformiert und kommodifiziert. Im Zuge des Wandels haben die Bewegungen der Menschen und Dinge im Raum und die Praktiken des Ortswechsels somit einen ebenso anderen Charakter gewonnen wie die Erfahrungen räumlicher Distanzen, die mit der (Re-)Produktion und Verleiblichung von Gesellschaftsstrukturen und der Konstitution von (Klassen-)Körpern einhergehen.³⁵² Im Folgenden beschreibe ich diese engen Beziehungen zwischen Raum und Körper, wobei ich Räume nicht als bloße Hintergründe oder Kontexte körperlicher Verortung verstehe, sondern Körper wie Orte³⁵³ als Akteure betrachte, die füreinander konstitutiv sind: »Bodies and places are made-up through the production of their spatial registers, through relations of power. Bodies and places are woven together through intricate webs of social and spatial relations that are made by, and make, embodied subjects.«³⁵⁴

352 Vgl. P. Bourdieu: Die feinen Unterschiede sowie ders., Sozialer Sinn.

353 Unter »Ort« verstehe ich im allgemeinen Sinne einen geographischen Punkt im Raum, an dem die Alltagserfahrungen der Menschen lokalisierbar werden. Orte sind aber keinesfalls nur territorial oder administrativ charakterisierbar, sondern auch durch ihre symbolischen Bedeutungen für die Menschen und durch soziale Beziehungen gekennzeichnet, die sie durchkreuzen. Daher kann ein jeweiliger Ort als Kommunikationssystem durch die Dichte sozialer Beziehungen charakterisiert werden. Siehe hierzu: Asta Vonderau: Geographie sozialer Beziehungen. Ortserfahrungen in der mobilen Welt, Münster: LIT-Verlag 2003 (=Berliner Ethnographische Studien; 4).

354 Heidi J. Nast/Steve Pile: »Introduction. Making PlacesBodies«, in: Heidi J. Nast/Steve Pile (Hg.), Places through the Body, London, New York: Routledge 1998, S. 1-20, hier S. 4.

Stadtkarte im Wandel

Der historische Stadtkern von Vilnius wurde in den Jahren nach dem Ende der Sowjetunion privatisiert, renoviert und modernisiert.³⁵⁵ Gedimino prospektas, die traditionelle, zentrale Geschäftsstraße in der Altstadt, wurde begradigt, alte Bäume wurden durch neue ersetzt. Unter Parks und Grünflächen entstanden Parkhäuser und viele der Wohnungen, Büros, Läden, Kinos und Bibliotheken auf Straßenniveau sind in Einkaufspassagen, Hotels, Banken oder Restaurants umgewandelt worden. Gedimino prospektas ist sauberer, heller und bunter geworden; zugleich erscheint die Straße entleert und unpersönlich. Die vielen verwinkelten Innenhöfe der Altstadt, einst verfallen, geheimnisvoll und allen Neugierigen offen, wurden aufwendig renoviert und zu Privatgrundstücken erklärt. Gebäude, die nicht zum UNESCO-Kulturerbe zählen, wurden oftmals abgerissen, und die stattdessen errichteten Supermärkte und Wohnhäuser fügen sich nur selten in die alte Stadtstruktur. Aufgrund des stark gestiegenen Bedarfs an Wohnraum haben die Immobilienpreise längst das Niveau der teuersten westeuropäischen Städte erreicht, so dass es für Investoren einträchtiger ist, im Zentrum neue Wohnhäuser zu errichten, als historische Bauten renovieren zu lassen. In dieser überschaubaren und auf ihre Erneuerung zugleich so stolzen Stadt wird jedes neue Gebäude als Zeichen von Modernität bewundert.

Die Altstadt endet an der Neris, und am anderen Ufer des Flusses werden gläserne Hochhäuser aufgezogen. Ein weiteres Stadtzentrum ist hier geplant, bestehend aus dem Einkaufsparadies Europa, exklusiven Büroräumen und Penthouse-Lofts. Mit diesem neuen Bezirk verschwindet ein anderer, der Stadtteil Šnipiskės nämlich, der aus Holzhäusern bestand und als »schmutziger und gefährlicher« Ort verrucht war, zumal dort viele alkoholranke und arbeitslose Menschen in ärmlichsten Verhältnissen lebten. Die Zeitungen berichten von Brandstiftungen, die darauf abzielen, verkaufsunwillige Hausbesitzer aus dem Stadtzentrum zu vertreiben. Viele der alten, einst das Stadtbild prägenden Holzhäuser aus dem späten 19. Jahrhundert sind bereits solchen Bränden zum Opfer gefallen, mit denen Eigentumsverhältnisse »geklärt«, Verkaufsprozesse beschleunigt und Renovierungskosten vermieden werden. Es ist nicht schwer, Alkoholranke in andere Gegenden zu vertreiben, da niemand gegen den Abriss ihrer verkommenen und damit scheinbar wertlosen Häuser protestiert. Als der damalige Bürgermeister Artūras Zuokas die Häuser der Sinti und Roma am Rande der Stadt einzureißen drohte, schritten die

355 Die Altstadt von Vilnius ist auf der Liste des UNESCO-Welterbes verzeichnet, weshalb die Modernisierung und Sanierung von Gebäuden und Plätzen besonders strengen Regelungen unterliegt, die den Plänen von Investoren oft zuwiderlaufen. Zur Geschichte der Stadt siehe Laimonas Briedis: Vilnius. City of Strangers, Vilnius: Baltos Lankos 2008.

für den Schutz der ethnischen Minderheiten zuständigen Behörden ein. Sozial Schwache haben hingegen bekanntlich keinen Minderheitenstatus. Nur wenige von ihnen handeln ökonomisch, indem sie die Preise für ihre verwahrlosten Grundstücke mit dem Wissen in die Höhe treiben, dass das Interesse der Investoren aufgrund der zentralen Lage nicht nachlassen wird.

In die neuen Hochhäuser ziehen wohlhabende Mieter, die ein städtisches Leben bevorzugen, sich den teureren Wohnraum leisten können und in People- und Home-Magazinen sichtbar sein möchten, zu deren Schwerpunkten die Berichterstattung über Einrichtungstrends und aktuelle Lebensentwürfe gehört. Während meines Forschungsaufenthaltes gab es unter meinen Informanten einige beliebte Arten, den eigenen privilegierten sozialen Status zu inszenieren, für die die neue Architektur eine konstitutive Rolle spielte. So war es unter den wohlhabenden und bekannten Menschen der Stadt verbreitet, bei Geburtstagsfeiern oder ähnlichen Anlässen vom Dach eines der neu errichteten Hochhäuser Feuerwerk aufsteigen zu lassen. Als eine meiner Informantinnen Mitte Januar 2005 Geburtstag feierte, hatte ich die Gelegenheit, mit den geladenen Gästen auf das Dach eines solchen Hochhauses zu steigen. Auch wenn es dort windig und kalt war und die sich ans Dachgeschoss anschließenden Büroräume der feierlichen Stimmung eher abträglich schienen, kompensierte die symbolische Bedeutung der Aktion doch für die Unbequemlichkeit; der ganzen Stadt ließ sich so vom guten Leben einer Gewinnerin künden.

Vilnius entledigt sich gegenwärtig jedoch noch einer anderen historischen architektonischen Schicht, nämlich der sozialistischen. Für Investoren war und ist es nicht schwer, die sozialistischen Gebäude durch neue zu ersetzen, weil sie, wie die sozialistische Vergangenheit insgesamt, von Entscheidungsträgern wie Bewohnern als hässlich, wertlos und aufgezwungen betrachtet werden. Auf dem Grundstück eines im stalinistischen Stil gebauten Schwimmbads am Ufer der Neris sind nun die teuersten Appartements der Stadt entstanden, während Šiaurės miestelis (»Die nördliche Stadt«), ein zentral gelegenes, ehemaliges Militärgelände, in eine nicht weniger hässliche Landschaft aus Großmärkten verwandelt worden ist; der ehemalige Palast der Gewerkschaften wiederum soll durch ein neues »Haus der Nation« (Tautos namai) ersetzt werden. Der Wechsel von der »alten« (sozialistischen) zur »neuen« Architektur vollzieht sich dabei nahezu unbemerkt. Nur in wenigen Fällen kommt es zu einer breiteren öffentlichen Diskussion über Sinn und Zweck dieser Zerstörung und Privatisierung, die im Namen einer »Bereinigung« und Modernisierung des Stadtbildes durchgeführt wird.

Einen Anlass öffentlichen Protests gegen Abriss und Privatisierung bot 2005 die Schließung des Kinos Lietuva (»Litauen«). In den 1970er Jahren im Stadtzentrum erbaut, hatte sich das Lietuva als Programm kino europäischen Zuschnitts gehalten, während die anderen vormals sozialistischen Lichtspieltheater längst geschlossen oder zu Multiplexen umfunktioniert worden waren.

Die Teilnehmer der spontanen Protestbewegung, darunter Künstler, Filmfreunde und Studierende, forderten das Kino als Baudenkmal des sozialistischen Modernismus und vor allen Dingen als öffentlichen Ort zu erhalten.³⁵⁶ Ihre Gegner, zu denen die Stadtverwaltung gehörte, die der Privatisierung zugestimmt hatte, aber auch Investoren und Vertreter des »Instituts für freien Markt« (Laisvosios rinkos institutas), bezeichneten das Gebäude indes als sozialistisches Betonmonstrum. Sie sahen mit dem Aufruf zur Verteidigung des öffentlichen Interesses einen an sich positiven Privatisierungsprozess behindert und beschrieben die Demonstrationen als Schritt zurück in sozialistische Verhältnisse. So behauptete ein Vertreter des Instituts für freien Markt, die Protestierenden repräsentierten nur einen unbedeutenden Anteil der städtischen Öffentlichkeit: »In diesem Falle besteht das gemeinsame Interesse in der langfristigen und garantierten Absicherung des Privateigentums. [...] Umso gesicherter das Eigentum, umso wohlhabender und ruhiger ist der Mensch.«³⁵⁷ Der Konflikt endete mit einem Gerichtsurteil, das den Abriss für zulässig erklärte. So wurde Platz für den Bau von »Paradieswohnungen« (Rojaus Apartamentai) geschaffen, und von der kritischen Auseinandersetzung blieb der Eindruck, dass das öffentliche Interesse der Städter mit dem Interesse von Privateigentümern zusammenfällt.

Ähnlich wie in der Arbeitswelt unterliegt die Umgestaltung städtischer Räume den in dieser Arbeit ausführlich dargestellten Modernisierungsbestrebungen und Europäisierungsmaßnahmen und einer Orientierung gen Westen. Wie ich im Blick auf die Transformationen des Individuums beschrieben habe, geht es bei solchen Umgestaltungen unter anderem darum, bestimmte (neoliberale) Formen und Vorstellungen von Legalität, Transparenz, Ordnung und Sauberkeit körperlich und räumlich zu etablieren: um die Durchsetzung von »Reinheitsregeln« also, von Mechanismen sozialer Kontrolle, wie sie Mary Douglas beschrieben hat.³⁵⁸

So wie bei bestimmten sozialen Akteuren gern die Überbleibsel einer wie auch immer gearteten *homo sovieticus*-Mentalität bemängelt und als etwas zu Beseitigendes betrachtet werden,³⁵⁹ werden in medialen und politischen Diskursen der Abriss sozialistischer Gebäude und die Veränderung des alten

356 Mehr zu dieser Protestbewegung unter www.vilma.cc/lietuva sowie www.nk95.org/nejienos/judejimas.htm vom 16. Juni 2008.

357 Giedrius Kadziauskas, Experte des Instituts für Freien Markt: »Lietuva« – viešojo intereso falsifikacija« [»Lietuva« – eine Verfälschung des öffentlichen Interesses] vom 18.08.2006, www.lrinka.lt/index.php/meniu/spaudai/straipsniai_ir_komentarai/lietuva_viesojo_intereso_falsifikacija/3492 vom 19. Mai 2008.

358 Vgl. Mary Douglas: Ritual, Tabu und Körpersymbolik. Sozialanthropologische Studien in Industriegesellschaft und Stammeskultur, Frankfurt/Main: Fischer Wissenschaft 1986, S. 109.

359 Vgl. das Kapitel »Transformationen des Individuums«.

Straßenbildes als Säuberung von den Zeichen der sozialistischen ›falschen Ordnung‹ und einer postsozialistischen ›Unordnung‹ gedeutet. Pille Runel hat gezeigt, dass die Idee der Europäisierung in den baltischen Staaten seit Beginn der Transformation mit einem Sauberkeits- und Hygienediskurs verknüpft gewesen ist, der im physischen Raum verortet wurde. Die Autorin beschreibt, wie der estnische Präsident eine Gruppe Journalisten in eine schmutzige öffentliche Toilette führte, um den Unterschied zwischen den westlich-europäischen und den östlich-postsozialistischen Gesellschaften sowie seine Zielsetzung für die Entwicklung des Landes zu illustrieren. In Vilnius ist das Bemühen um alles Neue und Saubere gleichermaßen zu spüren. Die neuen, für Konsum- und Arbeitspraktiken bestimmten Bauten mit ihren klaren Konturen, gläsernen Fassaden und ihrer brandneuen Inneneinrichtung erscheinen als Symbole einer europäischen Modernität, einer lang ersehnten Sauberkeit und demokratischen Transparenz.

Doch die »Reinheitsregeln« gelten nicht für die gesamte Stadt. Um die Innenstadt herum liegen die sogenannten »Schlafbezirke« der sozialistischen Plattenbauten, in denen jene leben, die sich keine neue Wohnung oder gar ein Haus leisten können. Die meisten Plattenbauwohnungen wurden privatisiert und den finanziellen Möglichkeiten ihrer Inhaber entsprechend renoviert. Von außen scheinen die Häuser immer noch abgewirtschaftet. Überdies wird die ›alte Platte‹ inzwischen um neue Plattenbauten ergänzt, durch Wohnhäuser einer niedrigeren Preisklasse, die zwar erst kürzlich, doch oft noch hastiger errichtet wurden als die sozialistischen.

Die eintönige Landschaft der Schlafbezirke ist mit gewaltigen Einkaufszentren wie Akropolis durchsetzt, die Multiplexkinos, Eislaufflächen, Restaurants und andere Unterhaltungsangebote zusammenführen. Nicht zu übersehen ist, dass diese Epizentren der neuen Konsumgesellschaft eine starke Anziehungskraft besitzen; sie sind fast rund um die Uhr geöffnet und im Winter wie Sommer mit Besuchern voll ausgelastet. Akropolis hat, wie zuvor beschrieben, inzwischen sogar den Status einer Sehenswürdigkeit, und zwar sowohl für die in Reisebussen anreisende (Provinz-)Bevölkerung als auch für ausländische Gäste, die Tempo und Ausmaß der litauischen Modernisierung in den Supermärkten bewundern und von den etwas günstigeren Preisen profitieren wollen.



Abbildungen 11 und 12: Die alte Platte und die neue Konsumlandschaft, fotografiert von A. Vonderau, 2005.

Außerhalb der Plattenbezirke wird der Stadtplan rasch unübersichtlich. Die Schlafbezirke gehen in offene Siedlungen aus Privathäusern über, die in den letzten zehn bis zwanzig Jahren außerhalb der Stadtgrenzen entstanden sind. Bei einigen dieser Siedlungen handelt es sich um frühere sozialistische Koloniegärten, die mittlerweile in Privatbesitz übergegangen sind, bei anderen um ehemalige Dörfer, und schließlich gibt es Landstriche, die erst kürzlich von Privatinvestoren neu verplant wurden. Diese Gegenden verfügen kaum über städtische Infrastruktur und Eigencharakter, und selbst Taxifahrer kennen sich in ihnen oft nicht aus, was es schwierig macht, sich auf andere Weise als mit dem eigenen Auto und in Begleitung eines Insiders zurechtzufinden.

In dieser städtischen Unübersichtlichkeit verrät die Architektur von Wohnhäusern einiges über die Geschichte ihrer Entstehung und über die soziale Position ihrer Inhaber. An der Art und Qualität ihrer Baumaterialien sind die noch in der sozialistischen Zeit errichteten Gebäude einfach zu erkennen, und das gleiche gilt für Häuser aus der Zeit unmittelbar nach dem Ende der UdSSR, die unprofessionell entworfen und mit improvisierten Mitteln erbaut wurden. Unfertige Gebäude und offene Baustellen zeugen von finanziellen Schwierigkeiten, durch die viele Hausbesitzer im Laufe der Jahre gegangen sind. Schließlich finden sich überdimensionierte, schlossartige Villen mit barock anmutenden Säulen und Türmen, die aus der Ära des ›wilden Kapitalismus‹ in der ersten Hälfte der 1990er Jahre stammen, als das Verhältnis der Menschen zu den Dingen als quantitatives bestimmt war und es sich konstitutiv für die soziale Position einer Person auswirkte, viele Dinge zu besitzen. Auch einige meiner Informanten haben sich damals über tausend Quadratmeter große Häuser bauen lassen, mit eigenen Schwimmbädern, Billardsälen und Marmorfußböden. Als jedoch der Wunsch nach dem großen Besitz zu einem Merkmal der Neureichen umdefiniert wurde und die Differenzierung der Lebensstile ein anderes Stadium erreichte, wollten sie diese Häuser abstoßen, was sich indessen oft als schwierige Aufgabe erwies, weil es kaum Interessenten für die in ihrer Architektur überholten und im Unterhalt überteuerten Gebäude gab.

In diesem Kontext stechen die neuen Trends gemäß entworfenen Wohnhäuser deutlich hervor. Sie sind nun nicht mehr so groß und optisch weniger auffällig, dafür aber stilistisch individualisiert und mit fortschrittlichen Baumaterialien gestaltet. Meist sind sie zudem zu separaten Vierteln organisiert und damit auch räumlich von der Architektur der ›Vergangenheit‹ und den in ihrer Vielfalt chaotischen Wohngegenden abgetrennt.

Offensichtlich also organisiert und differenziert sich Vilnius gegenwärtig neu. Aus der ehemals kollektivistischen »Stadt des sozialistischen Volkes« ist eine Konstellation privater Territorien geworden. Grundstücke werden geschätzt und verkauft, elitäre Zentren und Peripherien des Marginalen entstehen, und zugleich ist der symbolische Wert vieler Orte im Wandel begriffen

und nicht mehr eindeutig bestimmbar. Dies gilt insbesondere für Gegenden am Stadtrand; für Investitionen und für die Konstitution des eigenen sozialen Status ist es sinnvoller, in den schon früher angesehenen Vierteln, den aus der sozialistischen Zeit bekannten Qualitätswohnbezirken wie Turniškes, Ukmerges Plentas, Antakalnis oder den Künstlervierteln Žvėrynas und Užupis zu bleiben.

Körperinvestitionen

Wie prestigebehaftete Orte, so ist auch der eigene Körper ein Objekt der Investition und ein Werkzeug für die Konstitution von sozialem Status: nicht grundlos stellt er, wie Jean Baudrillard notiert, das wertvollste Objekt im Einkaufskorb des neuen Konsumenten dar.³⁶⁰

Die Sichtbarkeit des Körpers und das Interesse an ihm haben in Litauen und insbesondere der Hauptstadt in den letzten Jahren eindeutig und stark zugenommen. Auch meine Gesprächspartner im Feld waren davon überzeugt, dass sich die Bewohner von Vilnius³⁶¹ im Vergleich zur sozialistischen und frühen postsozialistischen Zeit körperlich sehr verändert hätten. Im Blickpunkt stehen dabei vor allem die Frauen, die aus Sicht meiner Gesprächspartner schlanker und in ihrem Aussehen westlicher geworden seien. In Kleidung und Make-up erschienen sie nunmehr dezent, geschmackvoll und dem jeweiligen Anlass angemessen – nicht wie früher, als alle den Tag über und bei jedem Wetter mit hochhackigen Schuhen und Abend-Make-up herumgelaufen seien. Auch die Männer seien gepflegter und modebewusster geworden. Sie bemühten sich nun, ihr Übergewicht (ein Merkmal des »Überfressens«) abzutrainieren, ließen sich von Designern und Stylisten beraten und gingen sogar zur Maniküre. »Männer waren sich ihres Aussehens noch nie bewusster, als sie es heute sind. [...] Ich glaube, dass sie sich jetzt zehn Mal mehr waschen als vor zehn Jahren« (Rima). Gewiss unterscheiden sich Körperbilder und Körpertechniken abhängig von Geschlecht, Alter und sozialer Position, doch für diejenigen, die auf dem freien Markt aktiv und erfolgreich sein wollen, haben sich die körperlichen »Reinheitsregeln« auf verbindliche Weise geändert.

360 Vgl. Jean Baudrillard: »The Finest Consumer Object: The Body«, in: Miriam Fraser (Hg.), *The Body: A Reader*, London, New York: Routledge 2005, S. 276-282, hier S. 277.

361 Litauen ist ein zentralisiertes Land, in dem sich der soziale Wandel vor allem in der Hauptstadt und einigen wenigen größeren Städten konzentriert. Daher muss unterstrichen werden, dass sich die hier beschriebenen räumlichen und körperlichen Veränderungen in ländlichen Gebieten und Kleinstädten gewiss anders darstellen.

Die neue Körperlichkeit wird durch Werbe- und Unterhaltungsmedien (Stars und Models), durch Waren- und Leistungsangebote (Gesundheit und Körperpflege), in neuen Gebäuden (Sportklubs und Schönheitssalons) und nicht zuletzt auf der Straße beobachtbar. Im Stadtzentrum sind die trainierten, makellos gepflegten und in neueste Mode gekleideten Frauen und Männer, die ihre Körper mit Stolz und Freude zur Schau stellen, kaum zu übersehen. Die kleine Innenstadt von Vilnius gleicht einer Bühne, auf der die ausgestellte und oft etwas übertrieben wirkende Körperlichkeit zur alltäglichen Normalität geworden ist und die Existenz einer harmonischen und schönen (Konsum-) Welt suggeriert.

Verschiebt man jedoch die Beobachterperspektive vom Zentrum zu den Rändern der Stadt, und stellt man einmal die perfektionierten Körper in den Kontext heruntergekommener Plattenbauten oder an die Seite älterer, ärmerer, erfolgloser Menschen, dann zeigen sich deutliche Brüche in den repräsentativen Bildern von Stadt und Körper. Gleichwohl herrscht unter allen sozialen Gruppen ein geteiltes Interesse an den veränderten Gestaltungsmöglichkeiten des Körpers vor. Eingedenk der Tatsache, dass der Großteil der litauischen Bevölkerung weiterhin über ein relativ geringes Einkommensniveau verfügt, überrascht die Bereitschaft vieler Menschen, einen wesentlichen Teil ihrer Zeit, ihrer Energie und ihres Geldes in Körperpflege zu investieren. Ich bemerkte zugleich, dass die intensive Körpergestaltung für finanziell besser gestellte Personen eine Priorität darstellt, an welche sie die Organisation anderer Lebensbereiche anpassen.

Nicht nur meinen Gesprächspartnern erschien diese Art der Zeiteinteilung als selbstverständlich. Umso mehr fielen mir die »Unreinheiten« meines eigenen Körpers auf, wenn ich mich an der Seite meiner Protagonisten in neuen Büros, Wohnungen und anderen elitären Orten bewegte. Die Körper und Räume der Gewinner führten mir vor Augen, wie alt und wertlos einige meiner Kleidungsstücke waren, und es machte mich verlegen, keine tadellos lackierten Fingernägel vorzeigen zu können. Als mir ein bekannter Stylist im Interview die in Kreisen der Elite geltenden Standards der Körperpflege erklärte und dabei erwähnte, dass es leicht zu erkennen sei, ob jemand an einer professionellen Gesichtereinigung spare, verdeutlichte mir dies, dass mein professionell ungereinigtes Gesicht in diesem Moment auch einiges über meine soziale Stellung verriet.³⁶²

362 Wie Robert Gugutzer in Anlehnung an Loïc Wacquant bemerkt, betrachtet die leibliche Soziologie (deren Ansätzen ich in diesem Kapitel folge) den Körper nicht nur als Untersuchungsobjekt, sondern auch als »Untersuchungsinstrument« und als »Vektor des Erkenntnisses«. Daher muss sich die Forscherin während ihrer Forschung auch reflexiv dem eigenen Körper zuwenden. Vgl. Robert Gugutzer: »Der body turn in der Soziologie. Eine programmatische Einführung«, in: Robert Gugutzer (Hg.), *Body Turn. Perspektiven der Sozio-*

Der Schönheitschirurg Domas bestätigte in einem Interview diesen Körperkult, indem er die Selbstverständlichkeit intensiver Körpergestaltung unterstrich. Er berichtete, dass es zu einer Normalität geworden sei, sich operativ »etwas korrigieren zu lassen«. Dies nicht zu tun, erschiene der »sogenannten Elite« genauso unpassend, wie es ihr unpassend schiene, die Zähne nicht zu pflegen. Aber auch andere, weniger wohlhabende Menschen entschieden sich Domas zufolge immer häufiger dazu, in ihren Körper zu investieren und ihn dem Vorbild populärer Körperbilder und Schönheitsvorstellungen gemäß zu verändern.

Es ist ein wesentliches Merkmal der Transformation des Individuums zum unternehmerischen Selbst, die für den Erfolg auf dem freien Markt und in der »neuen« (Konsum-)Gesellschaft als notwendig gilt, den eigenen Körper mit Hilfe verschiedenster Körpertechniken umzugestalten und (neu) zu regulieren.³⁶³ Ähnlich wie beim Umbau des städtischen Raumes ist in Litauen auch die Umgestaltung des Körpers mit einem Diskurs der Reinheit, Sauberkeit, Ordnung und Transparenz verknüpft. In Übereinstimmung mit diesem Diskurs haben meine Interviewpartner die »anderen«, ihrem Verständnis nach ungepflegten Menschen oft als »unorganisiert«, »schmuddelig« und »überfressen« bezeichnet. Solche Vorstellungen von Reinheit beziehen sich nicht nur auf die physische, sondern ebenso auf eine symbolische Form von Sauberkeit. Körperliche Korrekturen können also auch für die Bereinigung von Images oder die Verbesserung einer uneindeutigen sozialen Position stehen. So verstand auch der Schönheitschirurg Domas den Wunsch seiner Kunden, sich einer Schönheitsoperation und zugleich einer Korrektur ihres Images zu unterziehen, um ihr Ansehen als Geschäftsleute zu verbessern:

Es gibt welche, die zu mir kommen und sagen: »Ich war dreimal an Schlägereien beteiligt und jedesmal ist meine Nase gebrochen. Jetzt bin ich schon über 30 und die Nase stört mich beim Atmen und sieht nicht mehr gut aus.« Heute legalisieren sich ja alle Banditen, keiner trägt mehr Trainingshosen und es gilt mittlerweile auch nicht mehr als Niveau, mit einer schiefen Nase herumzulaufen.

Das Beispiel lässt den Körper als Ort erscheinen, der von gesellschaftlichen Strukturen in einem direkten Sinne geformt wird, in diesem Fall von denen des ungezügelten Nachwendekapitalismus. Zugleich erscheint der Körper als Ort einer Ökonomie, und zwar sowohl für Ärzte oder Stylisten, die als Experten am Verkauf von Körperbildern Geld verdienen, als auch für jene, die durch den unternehmerischen Umgang mit ihrem eigenen Leib, durch Investi-

logie des Körpers und des Sports, Bielefeld: transcript 2006, S. 9-56, hier S. 38f.

363 Vgl. Marcel Mauss: »Die Techniken des Körpers«, in: Marcel Mauss (Hg.), Soziologie und Anthropologie, Frankfurt/Main: Ullstein 1978, S. 197-220.

tionen und Korrekturen ihr soziales und symbolisches Kapital vergrößern. Ich verstehe den Körper als ein multidimensionales Medium der Konstitution von Gesellschaft: nicht nur als Ort struktureller Einwirkung, sondern zugleich als Quelle für die Konstitution und Gestaltung des sozialen Lebens und schließlich auch als Mittel individueller Selbstverortung in einer Gesellschaft: als ein Mittel, das unter anderem für die Reproduktion und Transformation gesellschaftlicher Strukturen eingesetzt werden kann.³⁶⁴

Rituelle Bereinigungen des Körpers

Die Wirkung des Mediums Körper geht also weit über den Leib der einzelnen Person hinaus, zumal die körperliche Differenzierung – das Etablieren bestimmter »Fleischstile«, wie Judith Butler es nennt – auch eine Form sozialer Differenzierung darstellt. In Bourdieus Worten entstehen im Zuge dieser Differenzierung die Räume der Klassenkörper, die sich über lokale (litauische) und internationale (europäische) Kontexte erstrecken und auswirken.³⁶⁵

Meine Informanten waren sich der Wirkung eines gestalteten Körpers bewusst und von den dadurch zu erreichenden sozialen Vorteilen überzeugt. Sie zeigten sich gewiss, dass die Männer und insbesondere die Frauen in Litauen in ihrer körperlichen Selbstgestaltung besonders erfinderisch und geschickt und daher den Westeuropäern auf der Ebene einer symbolischen Konkurrenz überlegen seien:

Warum hängt den Ausländern die Zunge raus, wenn sie herkommen? Was für Frauen! [...] Vielleicht würden unsere Frauen, wenn sie sich so anziehen würden wie die Schwedinnen oder die Deutschen, genauso aussehen [...]. Aber weil sie sich anstrengen und sich pflegen, soweit es ihnen ihre finanziellen Möglichkeiten erlauben, sehen sie besser aus. Genau das ist der Unterschied, dass unsere Leute eben viel mehr auf sich achten. (Tomas)

Diesen von meinen Informanten wahrgenommenen Unterschied zwischen dem »neuen« und dem »alten« Europa im Blick auf den Umgang mit dem eigenen Körper beobachtete ich ebenfalls, selbst wenn ich ihn mir zunächst als übertriebene oder zwanghafte Nachahmung medialer Bilder erklärte und weniger als eine Form der Körperkompetenz. Mein Eindruck war, dass westliche Konsumenten die Idealkörpervorstellungen nur als Orientierung begriffen,

364 In Anlehnung an Marx, Durkheim und Simmel fasst Robert Gugutzer (Der Body turn in der Soziologie, S. 25) drei Funktions-Dimensionen des Körpers zusammen: den Körper als Ort, als Quelle und als Mittel.

365 Vgl. Pierre Bourdieu: »Taste of Luxury, Taste of Necessity«, in: Carolyn Korsmeyer (Hg.), The Taste Culture Reader. Experiencing Food and Drink, Oxford: Berg 2005, S. 72-78.

während litauische Konsumenten dazu entschlossen schienen, sich diese Bilder in ihrer Idealform ganz und gar einzuverleiben. Doch der auf den ersten Blick übertriebene Versuch, den eigenen Körper um jeden Preis zu perfektionieren, hat im postsozialistischen Kontext eine eigene Genese und Logik. Er steht in Kontinuität zu Vorstellungen von Erfolg und vom guten Leben, die von (Körper-)Konsumwünschen geleitet sind. Wie Darra Goldstein gezeigt hat, war es im durchideologisierten sozialistischen Staat nur möglich, das Leben als Idee (*life as idea*) zu leben. Sozialistische Bürger besaßen nur eine ferne Ahnung, was es bedeuten könnte, das Leben in einer Materialität und Körperlichkeit zu erfahren, und diese Ahnung erreichte sie über die westlichen (Konsum-)Gesellschaften – »a life lived through the tangible consumption of goods that are meant to fulfill desire.«³⁶⁶ Zugleich war ihnen klar, dass der Unterschied zwischen dem idealisierten Westen und der zunehmend unbefriedigenden sozialistischen Existenz in der jeweiligen Materialität und Körperlichkeit bestand. Vor diesem Hintergrund erklärt es sich, wenn Osteuropäer heute Materialität und Körperlichkeit leben wollen und wenn sie in ihrem Bemühen, dies zu tun, sogar westliche Vorbilder hinter sich lassen.

Doch der Wandel im Umgang mit dem Körper steht nicht nur für die Distanzierung vom sozialistischen *life as idea*. Wie der litauische Gesellschaftskritiker Artūras Tereškinas beobachtet, ermöglicht es die Legitimität und Sichtbarkeit des Körpers, dass sich neue Identitätsentwürfe herausbilden, die eine Alternative zu dem seit der Wende besonders wirkungsvollen Diskurs nationaler Zugehörigkeit darstellen.³⁶⁷ Wie Tereškinas zeigt, wird die Nation in diesem Diskurs als körperlose geistige Größe imaginiert, die durch den sexuell markierten Körper mit ihrer Endlichkeit konfrontiert und bedroht wird. Mitglied einer Nation zu sein bedeutet, die körperlichen Begierden und Leidenschaften um eines höheren Zieles willen zu unterdrücken. Laut Tereškinas tragen die heutigen Werbe- und Medienbilder nicht nur Materialität, Körperlichkeit und Sexualität in die Gesellschaft zurück; sie »offenbaren die Wahrheit« über kollektive Phantasien und Utopien der breiten Bevölkerung.³⁶⁸ Aus

366 Darra Goldstein: »The Play's the Thing: Dining Out in the New Russia«, in: Carolyn Korsmeyer (Hg.), *The Taste Culture Reader. Experiencing Food and Drink*, Oxford: Berg 2005, S. 359-371, hier S. 359. Goldstein bezieht sich auf Alla Efimova: »Idea Against Materia: on the Consumption of Post-Soviet Art«, in: *Art Margins* 1999, www.com/content/feature/efimova1.html vom 16. Juni 2008.

367 Vgl. Artūras Tereškinas: *Kūno žymės: seksualumas, identitetas ir erdvė Lietuvos kultūroje* [Körperzeichen: Sexualität, Identität und Raum in der litauischen Kultur], Vilnius: Baltos Lankos 2001, S. 117ff.

368 Artūras Tereškinas: »Between Soup and Soap: Iconic Nationality, Mass Media and Pop Culture in Contemporary Lithuania«, in: *Lituanus. Lithuanian Quarterly Journal of Arts and Sciences* 46/2 (2000) www.lituanus.org/2000/00_2_02.htm vom 19. Mai 2008.

diesem Blickwinkel trägt die Wiederkehr des Körpers zu einer positiven Differenzierung der Gesellschaft bei, indem sie Möglichkeiten öffentlicher Repräsentation für soziale Gruppen eröffnet, die früher unsichtbar bleiben mussten.

Dass nicht nur die einzelnen Körper, sondern auch der kollektive imaginierte Körper der Gesellschaft oder der Körper der Nation³⁶⁹ im Wandel begriffen ist, kann ich anhand von Beobachtungen während meiner Feldforschung bestätigen. So wunderte ich mich zum Beispiel immer wieder darüber, dass in den Antworten meiner (nicht nur männlichen) Interviewpartner auf die Frage, warum Litauen ein schönes Land zum Leben für sie sei und ein attraktiver Ort für westliche Touristen, »die schönen litauischen Frauen« ganz selbstverständlich neben nationalen Symbolen und Spezialitäten wie Kartoffelknödeln oder idyllischen Naturlandschaften genannt wurden. Neben der spezifischen Instrumentalisierung des weiblichen Körpers (auf die ich noch eingehen werde) bringen solche Aussagen die Tatsache zum Ausdruck, dass die Vorstellung der Nation, traditionell vom Bild einer aufopferungsvollen Mutter oder unschuldigen Jungfrau verkörpert, nun vom Image einer jungen, gepflegten, körperlich schönen und sexuell attraktiven Frau abgelöst wird. Der neue Körper der Gesellschaft oder Nation, wie er im Kontext der heutigen Konsumgesellschaft sichtbar wird, ist von einer vergeistigten und physisch unscheinbaren Gestalt zu einer Körpermarke geworden, die das Land nach außen darstellt und den perfektionierten Leib verantwortungsvoller Konsumentinnen zum Leit- und Vorbild stilisiert.

Wie in vielen anderen Bereichen, so spielen die Gewinner auch in Fragen der neuen Körperlichkeit die Rolle von Trendsettern. Ihre »organisierten« Körper, die sie mit Hilfe verschiedener (Selbst-)Technologien³⁷⁰ gestalten, repräsentieren gewissermaßen die gesunde und schöne Seite des Sozialen. Der Körperwandel steht dabei sowohl für die Transformation des Individuums zum modernen Konsumenten und unternehmerischen Selbst als auch für den Wandel kollektiver Körperlichkeit und eine damit vollzogene symbolische Bereinigung der Gesellschaft. Körperpraktiken der Gewinner wie Diäten, Schönheitsoperationen oder Sportaktivitäten werden daher öffentlich als »Op-

369 Der kollektive Körper wird nicht mehr ausschließlich durch nationale Begriffe und Symbole (wie noch in der Zeit des nationalen Erwachens Ende der 1980er und 1990er Jahre) definiert. Daher steht er heute für mehr als eine national zu definierende Gemeinschaft.

370 »Technologies of the self which permit individuals to effect by their own means, or with the help of others, a certain number of operations on their own bodies and souls, thoughts, conduct, and way of being, so as to transform themselves in order to attain a certain state of happiness, purity, wisdom, perfection or immortality.« Michael Foucault: »Technologies of the Self«, in: Michael Foucault/Paul Rabinow (Hg.), *Ethics, Subjectivity and Truth*, New York: New Press 1997, S. 223-251, hier S. 225.

fergaben«, »Bereinigungsaktionen« und »Übergangsriten« inszeniert. Sie sind also gleichermaßen kollektives Ritual wie individuelle Imagekampagne: »sinnlich erfahrbare soziale Inszenierungen, in denen eine Differenzbearbeitung stattfindet [...], institutionelle Muster, in denen kollektiv geteiltes Wissen und kollektiv geteilte Handlungspraxen inszeniert werden und in denen eine Selbstdarstellung und Selbstinterpretation bzw. gemeinschaftliche Ordnung bestätigt wird.«³⁷¹

Als Beispiel eines solchen (Übergangs-)Rituals, das sich am Körper des Einzelnen vollzieht, in seiner Wirkung zugleich aber über den Leib einer Person hinausgeht, will ich den durch die Medienberichterstattung bekannt gewordenen »Kampf« von Laima Mertinienė um einen schöneren Körper schildern. Wie in der litauischen People-Presse und anderen Medien ausführlich berichtet wurde, nahm Laima Mertinienė, eine erfolgreiche Unternehmerin, in weniger als zwei Jahren rund 70 Kilogramm ab. Nachdem sie somit die Hälfte ihres ursprünglichen Körpergewichts verloren hatte, ließ sie sich sechseinhalb Kilogramm nunmehr überflüssiger Haut wegoperieren. Um die symbolische Bedeutung dieser gewaltigen Körperumgestaltung als eine »Bereinigung« begreiflich zu machen, muss erwähnt werden, dass Frau Mertinienė, bevor sie den Kampf mit dem eigenen Körper antrat, vor allem als Tochter von Algirdas Brazauskas, eines der einflussreichsten litauischen Politikern der letzten drei Jahrzehnte bekannt war. Brazauskas war seit den 1980er Jahren erster Sekretär der Kommunistischen Partei Litauens. In der Wendezeit gelang es ihm, seine Partei zu einer sozialdemokratischen zu reformieren und als deren Parteivorsitzender (1992-2008), als litauischer Präsident (1993-1998) und als Ministerpräsident (2001-2006) blieb er über mehrere Jahrzehnte der mächtigste Staatsmann des Landes. Mit seiner Karriere, aber auch in seiner äußeren Erscheinung, die von einem großen, übergewichtigen Körper und einem offenbar von Alkoholkonsum und fettreicher Nahrung gerötetem Gesicht gezeichnet war, erschien Brazauskas als Symbol der Kontinuität und fortwährenden Macht der früheren sozialistischen Elite, wobei er diesen Eindruck mit einem Lebensstil förderte, der sich an Freizeitaktivitäten früherer sozialistischer Parteikader (wie etwa der Jagd) orientierte. Trotz seiner großen Popularität, die ihm immer wieder zu führenden Positionen verhalf, hatte und hat Brazauskas aufgrund seiner sozialistischen Vergangenheit nicht nur einen guten Ruf. Die Zwiespältigkeit seines Ansehens wirkte sich nachteilig auf den Ruf seiner Tochter und den anderer Familienmitglieder aus, deren unternehmerische Aktivitäten in den Verdacht der Illegalität und der (post-)sozialistischen Seilschaften gerieten.

371 C.Wulf/J. Zirfas: Das Soziale als Ritual, S. 7.

Der vom Vater geworfene ›Schatten der Vergangenheit‹ begann sich jedoch zu verflüchtigen, als Frau Mertinienė sich nach Rücksprache mit Ärzten und Schönheitsexperten zu ihrer Extremdiät entschied, die in Zeitungsberichten und TV-Dokumentationen als »ständiger Kampf mit sich selbst« oder »Kampf für einen schönen Körper« vorgestellt wurde. Die Berichte hoben vor allem den starken Willen, die Selbstdisziplin und die Qualen Frau Mertinienės auf dem Weg zu einem schöneren Leib hervor, indem sie ihren äußerst reduzierten und eintönigen Nahrungsplan beschrieben, ihren Gehorsam gegenüber einem strengen und fordernden Arzt schilderten und ihr Ringen mit der Verzweiflung. Doch die Diät war nicht das Ende ihrer Mühen. Um des schönen Körpers willen musste sich die Kämpferin nach der Gewichtsabnahme wie erwähnt die nun überflüssig gewordenen Hautpartien in einer neunstündigen, gefährlichen und in Litauen bislang einmaligen Operation entfernen lassen. Auch hierüber wurde detailliert berichtet: wo welche Schnitte gesetzt wurden (»ich war um die ganze Taille herum aufgeschnitten«), welche Techniken und Werkzeuge zum Einsatz kamen (Skalpelle, Sonden, Fäden), welche Komplikationen auftraten (Blutungen, Schwellungen, Wasseransammlungen) und welche qualvollen Empfindungen die Heldin durchlitt (»es mussten Schmerzmittel gespritzt werden«).³⁷²

Aus dem langen Kampf resultierte ein unglaublich veränderter Körper. Eine vormals übergewichtige Person, deren Unförmigkeit imageschädigend war, weil sie als Sinnbild des ›Überfressens‹ (post-)sozialistische Kader und Neureiche assoziierte, war zu einer schlanken und modischen Frau geworden. Spätestens jetzt stand Laima Mertinienė nicht mehr im Schatten der sozialistischen Vergangenheit, sondern wurde als eine Heldin der Arbeit am eigenen Körper gefeiert, die durch Willenstärke, Entschlusskraft und nicht zuletzt durch die Bereitschaft, ihren Kampf auch öffentlich auszutragen, Sympathien verdient hatte. Ihre Körperumgestaltung wurde heroisiert und als erfolgreiche Privatinitiative begrüßt.

Die symbolische Funktion, die der Kampf um den schönen Körper im Milieu ehemaliger Parteikader gewann, wird somit offensichtlich. Er zeigt bei-

372 Snieguolė Dovidavičienė: »Laima Mertinienė: Tėvas jau ragina »su ta dieta baigti«« [Laima Mertinienė: Mein Vater bittet mich schon, »mit der Diät aufzuhören«], in: Lietuvos Rytas vom 28.12.2008, www.lrytas.lt/?id=11672501481166883520&view=4 vom 19. Mai 2008; »Nepaprastai sulieknėjusi verslininkė permainų gyvenime nelaukia« [Eine unglaublich erschlankte Geschäftsfrau erwartet keine Veränderungen in ihrem Leben], in: Lietuvos Sveikata [Gesundheit Litauens], Nr. 12 vom 24.-30.03.2007, www.lsveikata.lt/index.php?page_id=57&s=2002 vom 19. Mai 2008; Snieguolė Dovidavičienė: »Gero žmogaus – nebūtinai daug!« [Ein guter Mensch muss nicht unbedingt einen sehr großen Körper haben!], in: Lietuvos rytas vom 15.01.2008, www.lietuvsrytas.lt/print.asp?data=&k=news&id=12003488001199502510 vom 19. Mai 2008.

spielhaft, wie sich die Transformation eines ›alten‹, (post-)sozialistischen Individuums zu einem ›neuen‹, schlanken, schönen und ›transparenten‹ vollzog. Zugleich erhielt dieses Opfer- und Übergangsritual durch die öffentlich-mediale Inszenierung auch eine kollektive Bedeutung. Einerseits symbolisierte es die Bereinigung des kollektiven Körpers der Gesellschaft, andererseits trug es zur Entstehung eines Klassenkörpers bei,³⁷³ in dem es die schlanken und reinen Körperformen mit dem sozialen Status der Gewinner verband: »appearance can be substance and not just mechanism of class.«³⁷⁴ Wie der litauische Journalist Karolis Klimka zum Fall Mertinienė treffend anmerkte, wird das Abschneiden überflüssiger Haut als kollektive Befreiung vom Ballast der Vergangenheit ritualisiert und der Status der Herrschenden damit legitimiert:

Das Abschneiden des herunterhängenden Überflusses (als Resultat wilder Privatisierung) soll für die Qual der Menschen entlohnern, die zum Wohle des Kapitals geopfert worden sind [...]. Die Neureichen³⁷⁵ opfern viel Geld für Eigenwerbung, um attraktiv für andere zu werden. Diese millionenteuren Injektionen sind indes auch notwendig, damit die Medien bereit sind, Themen zu ›opfern‹, die so ›unsexy‹ erscheinen wie Armut, Ausbeutung und kommerzielle Machenschaften, so dass genügend Sendezeit für den Exhibitionismus der Neureichen bleibt. [...] Die Motive der Qual und des Opfern sind für die Heroisierung von Errungenschaften der Neureichen-Klasse bestimmt.³⁷⁶

Frauenkörper als Repräsentationsfläche

Es ist gewiss kein Zufall, dass solche Körpertransformationen öffentlich als (Übergangs-)Ritual inszeniert, diskutiert und zu einem kollektiven Anliegen stilisiert werden, die sich am weiblichen Körper vollziehen. Der weibliche Körper unterliegt viel strengeren Regulierungszwängen als der männliche, weil er als Objekt und Investitions- oder Repräsentationsoberfläche für Frauen und Männer, aber auch für die Nation insgesamt fungiert. Natürlich variie-

373 P. Bourdieu: *Taste of Luxury, Taste of Necessity*, S. 74.

374 Daniel Miller: »Introduction«, in: Susanne Küchler/Daniel Miller (Hg.), *Clothing as Material Culture*, Oxford: Berg 2005, S. 1-19, hier S. 4.

375 Der Autor benutzt »Neureiche« hier als Bezeichnung für alle ökonomisch wohlhabenden Mitglieder der Gesellschaft. In meiner Studie verwende ich den Ausdruck indes etwas anders, nämlich für die Geschäftsleute der frühen 1990er Jahre und für diejenigen, die dem dominanten Image westlich orientierter, moderner Geschäftsleute nicht entsprechen.

376 Karolis Klimka: »Nukarusio pertekliaus mėšinėjimas« [Das Schnippeln am »runterhängenden Überfluss«], in: Nachrichtenportal Delfi vom 21.03.2007, www.delfi.lt/archive/article.php?id=12584291 vom 16. Juni 2008.

ren diese geschlechtlich markierten Unterschiede der Körpergestaltung je nach sozialem Milieu, doch in Kreisen der Elite sind sie von einer Art.

Unter meinen Informanten waren die Anforderungen an körperliche Perfektion für Frauen höher als für Männer. Bei öffentlichen und privaten Veranstaltungen zeigten sich die Männer äußerlich deutlich legerer als die Frauen. Oft waren sie betont zwanglos gekleidet und hatten keine Scheu, Übergewicht, Falten und andere körperliche Mängel zu zeigen. Für die Frauen galt das Gegenteil. Während Erfolg bei den Männern auf vielerlei Weise, durch Besitz, Geld oder berufliche Position repräsentiert wurde, erschien er bei den Frauen fast ausschließlich körperlich markiert. Das Bemühen um körperliche Schönheit verstanden meine Interviewpartnerinnen und -partner als notwendige und ›natürliche‹ Ausdrucksweise von Weiblichkeit:

Wie ich gemerkt habe, pflegen sich einige Frauen im Ausland gar nicht mehr. [...] Bloß nicht die eigene Weiblichkeit betonen! Emanzipation? Für mich ist das schlicht Ungepflegtheit. Ich denke, dass eine Frau schön aussehen sollte, weil das eine von ihren Ausdrucksformen ist, sie muss sich diesbezüglich anstrengen. (Alma)

Alma erschien die Körperpflege gar als Pflicht und Verantwortung der Frauen gegenüber der Gesellschaft. Interessanterweise verteidigten die Frauen diese Ungleichheit selbst am leidenschaftlichsten. In den Interviews gaben sie zwar zu, dass die Anforderungen an ihre Schönheit tatsächlich hoch seien. Sie waren jedoch bereit, mit dieser Forderung aktiv umzugehen und wollten auf die erst unlängst gewonnenen Möglichkeiten des Konsums und der Körpergestaltung nicht verzichten. Ihre Haltung war dabei nicht nur durch die im postsozialistischen Kontext besondere Freude begründet, Dinge zu besitzen und am eigenen Körper zu tragen, sondern vor allem dadurch, dass ein bestimmtes Äußeres konstitutiv mit ihrem sozialen Status verknüpft war. Außerdem machte ihr Glaube an die ›Natürlichkeit‹ weiblicher Schönheit es nicht nur unmöglich, sondern geradezu gefährlich, die Arbeit an der Schönheit des eigenen Leibes zu vernachlässigen, würde dies doch – so die Logik ihrer essentialisierenden Vorstellung – zur Verkümmern ihrer Weiblichkeit und zur Desintegration ihres weiblichen ›Selbst‹ führen. Entsprechend besorgte äußerten sich meine Gesprächspartnerinnen über das Verschwinden von Weiblichkeit. Bemerkenswert ist, dass gerade der Westen als Quelle dieser Gefahr galt. Im Gegensatz zu anderen unterstellten Differenzen zwischen Ost und West wurden Unterschiede in der Auffassung von Weiblichkeit und körperlicher Schönheit als sinnvolle Differenz begrüßt und als Stärke und Überlegenheit der Osteuropäerinnen aufgefasst:³⁷⁷

377 Zum Strukturwandel der Öffentlichkeit in den postsozialistischen Gesellschaften und zu den Positionen von Frauen in Ost- und Westeuropa siehe: Susan Gal/Gail Kligman: *Reproducing Gender: Politics, Publics, and Everyday Life*

Ich habe große Angst, dass die Frauen in Litauen so bequem werden wie die in Deutschland. Ich werde mich nie damit abfinden und glaube, dass es nicht das ist, was der Mensch braucht. [...] Warum kommen die deutschen Männer und liebäugeln mit den litauischen Frauen? Ich glaube, es ist klar warum. Weil es nicht angenehm ist, unorganisierte Menschen anzuschauen. (Rima)

Welche Vorteile die Frauen aus ihrer verinnerlichten und verkörperten Rolle als Hüterinnen transzendentaler Weiblichkeit (und Label der Nation) im Alltag auch immer für sich ziehen mögen, so kann diese Rolle doch eine ausgrenzende Funktion erhalten, besonders wenn es um die Besetzung von Führungspositionen auf dem freien Markt geht. Wie Linda McDowell hinsichtlich der Situation von Frauen in der Londoner Bankenwelt festgestellt hat, sind Führungspositionen in der Arbeitswelt oft männlich konnotiert. Daher wird der Eintritt einer Frau in diese Sphären als Verlust oder bewusste Aufgabe von Weiblichkeit oder doch zumindest als große Veränderung derselben betrachtet. Wenn Weiblichkeit und Schönheit zu einer natürlichen, unvermeidbaren und unveränderlichen Größe essentialisiert werden, erscheint die gleichberechtigte Teilnahme von Frauen in bestimmten Bereichen des gesellschaftlichen Lebens als unmöglich.³⁷⁸

Der Blick der anderen

Gewinner konstituieren ihren Status also nicht nur über Körperpraktiken, sondern auch über Praktiken des Raumkonsums (*space consuming*):³⁷⁹ durch Orte und Räume, die sie mit ihren Körpern und Besitztümern füllen. Wie Pierre Bourdieu bemerkt hat, ist der Raumkonsum »eine der Formen der Zurschaustellung von Macht par excellence.«³⁸⁰ Die Zurschaustellung des Körpers auf der räumlichen Bühne zielt folglich darauf ab, den Erfolg und das gute Leben der Gewinner zu demonstrieren, vor allem auch gegenüber weniger privilegierten und kaufkräftigen Personen, die zu exklusivem Raumkonsum nicht fähig sind. Erst im Blick der anderen konstituiert und spiegelt sich die privilegierte soziale Position des Gewinners. Wie Hannelore Bublitz in Anlehnung

after Socialism, Princeton: Princeton University Press 2000; vgl. auch Anika Keinz: Polens andere. Verhandlungen von Geschlecht und Sexualität in Polen nach 1989, Bielefeld: Transcript, 2008.

378 »The idea of loss of self/femininity seems a fruitful way forward in an exploration of why so many women do not achieve the really powerful position, and why some feel dismayed when they do.« Linda McDowell: Capital Culture: Gender at Work in the City, Oxford: Blackwell 1997, S. 203.

379 Pierre Bourdieu: »Ortseffekte«, in: Pierre Bourdieu (Hg.), Das Elend der Welt. Zeugnisse und Diagnosen alltäglichen Leidens an der Gesellschaft, Konstanz: UVK Universitätsverlag Konstanz 1998, S. 159-168, hier S. 161.

380 Ebd.

an Jacques Lacan bemerkt, ähneln die modernen Gesellschaften Laufstegen, auf denen die Beobachtung durch andere zum konstitutiven Medium des sozialen Seins wird: »Der Ort des Anderen ist dabei das Medium, über welches sich das Subjekt seiner körperlichen Existenz versichert.«³⁸¹

Die Körperinszenierungen meiner Informanten glichen solchen Laufsteg-situationen, durch die sie an bestimmten Orten Präsenz und Sichtbarkeit anderen sozialen Gruppen gegenüber erzeugten und ihren sozialen Status (re-) produzierten. Die Wirkung der Inszenierungen wurde dabei durch räumliche Distanz und Nähe hergestellt. Einerseits besaßen die elitären Orte, darunter Büros, Restaurants, Sportvereine und Schönheitssalons, den Charakter exklusiver Clubs; der Ausschluß nicht zugehöriger Personen wurde durch mehr oder weniger verdeckte Gesichtskontrollen, Mitgliedschaften oder Preise bewerkstelligt.³⁸² Andererseits fesselten ihre zentrale Lage, ihre außergewöhnliche Architektur und ihre auffällige Inneneinrichtung die Aufmerksamkeit der Passanten und boten ihnen die Möglichkeit, durch gläserne Fassaden, Schaufenster und transparente Interieurs einen Blick in diese Räume und auf die sich in ihnen aufhaltenden Menschen zu werfen. »They are not only symbolic representations of discourse, ideologies and relations of power but also constitute and effect these same attitudes, beliefs, social relations and structures, and so the very distinctions between the representations and reality falls to the ground,«³⁸³ bemerkt Sharon Zukin über die Wirkkraft von Bauten und architektonischen Formen.

Ich fand heraus, dass meine Informanten gerade für Praktiken der Körperpflege und der körperlichen Verschönerung Räume wählten, in denen sie sich der Beobachtung durch andere aussetzten. Sie bevorzugten Fitnesscenter mit schönem Ausblick auf die Stadt gegenüber Trainingsräumen im privaten Eigenheim und frequentierten gerne Schönheits- und Friseursalons in dicht bevölkerten zentralen Lagen, sofern diese, Aquarien ähnlich, das Beobachten und Beobachtetwerden durch große Schaufenster ermöglichten. Solche öffentlichen Zurschaustellungen, die bestimmte Körperbilder mit bestimmten Orten und Gebäuden verbanden, nahmen verschiedenste Formen und Ausmaße an. Sie umfassten alltägliche Praktiken der Körpergestaltung ebenso wie die erwähnte VIP-Geburtsfeier auf dem Dach eines gläsernen Hochhauses, die für die übrigen Einwohner zunächst nur anhand der am Nachthimmel kreisen-

381 Hannelore Bublitz: »Sehen und Gesehenwerden – auf dem Laufsteg der Gesellschaft. Sozial- und Selbsttechnologie des Körpers«, in: Robert Gugutzer (Hg.), *Body Turn. Perspektiven der Soziologie des Körpers und des Sports*, Bielefeld: transcript 2006, S. 341-362, hier S. 350.

382 Zur Zeit meiner Feldforschung fanden sich in Vilnius noch nicht viele geschlossene Elitenräume.

383 Sharon Zukin: *Landscapes of Power: From Detroit to Disney World*, Berkeley: University of California Press 1991, S. 21.

den Hubschrauber bemerkbar war und dann am nächsten Tag durch Medienberichte zum Gesprächsstoff wurde.

Es entspricht nur der Logik der räumlichen und körperlichen Inszenierung meiner Informanten, dass das Restaurant Antonio zum zentralen Ort meiner teilnehmenden Beobachtung wurde, stellt Essen doch eine wichtige Körper- und Konsumpraxis dar, die das Verhältnis des Individuums zur Außenwelt symbolisiert und sie durch die direkte Einverleibung ›guter Dinge‹ konstituiert. Wie Pasi Falk ausführt, geht es beim Essen nicht nur um die Differenzierung zwischen dem Essbaren und dem nicht Essbaren, sondern ebenso um die Unterscheidung zwischen dem Guten und dem Schlechten, zwischen innen und außen, eigen und fremd und schließlich auch um die Entscheidung, was und wer in die Gemeinschaft und in den eigenen Körper aufgenommen werden kann.³⁸⁴ Exklusive Restaurants sind mithin Orte, an denen ein alltäglicher Differenzierungsprozess stattfindet. In Litauen wurden die meisten dieser Orte in den letzten zehn bis fünfzehn Jahren eröffnet, und sie haben ihren Neuigkeitswert und ihre Attraktivität noch nicht verloren. In den Jahren nach dem Ende der UdSSR war das Probieren neuer Speisen eine gängige symbolische Praxis der Einverleibung des Neuen, die in allen sozialen Schichten exzessiv betrieben wurde. Während die Transformation zu Beginn der 1990er Jahre noch von einem ›Überfressen‹, von den Quantitäten der einverlebten Dinge bestimmt war, setzte später wie erwähnt ein geschmacklicher Differenzierungsprozess ein, der Qualität als wichtigstes Zeichen des ›guten‹ Lebens in den Vordergrund rückte. Für die Gewinner wurden Pflege und Demonstration des individuellen, verfeinerten Geschmacks bei Tisch immer wichtiger. Meine Informanten interessierten sich für das Zubereiten exotischer Speisen und für gesunde Ernährung, sie richteten ihre Küchen mit avancierten Geräten ein, dinierten in ausgefallenen Restaurants und taten all dieses auch im Sinne einer »visuellen Gastronomie« (Pasi Falk), im Rahmen einer Praxis des Beobachtens und Beobachtetwerdens. Wie an den Aussagen meiner Interviewpartner kenntlich wird, vollzog sich mit dieser Differenzierung zugleich die Distanzierung von der sozialistischen Vergangenheit. Man verabschiedete sich von ehemals beliebten alkoholischen Getränken wie Wodka und von fettigen, schweren Speisen wie Schweinefleisch, die für einen im Kontext der sozialistischen Defizitgesellschaft gebildeten Geschmack standen. Viele Informanten betonten, dass weder sie noch ihre Freunde in zufällig gewählten Restaurants speisten. Eher würden sie solange hungern, bis sie einen passenden Ort zum Speisen gefunden hätten. Die Distanzierung von bestimmten Essgewohnheiten und Räumen vollzog sich nicht nur gegenüber der Vergangenheit, sondern auch gegenüber anderen sozialen Gruppen, denen die Mög-

384 Pasi Falk: *The Consuming Body*, London: Sage 1994, S. 69 (=Theory, Culture & Society).

lichkeit fehlte, sich durch das Einverleiben der guten Dinge Eintritt in die Gemeinschaft der Etablierten zu verschaffen. Dies gilt beispielsweise für Rentner, die in der sozialistischen Arbeitswelt berufstätig gewesen waren und entsprechend, wie einer meiner Informanten befand, auch nur dem Sozialismus gemäße Konsummöglichkeiten verdienten – saures Bier und die eine Sorte Wurst, die es früher in den Läden gab.

Andere soziale Gruppen sind in ihrer konstitutiven Rolle für die ›eigenen‹ soziale Identität der Gewinner folglich stets präsent: ob nun auf der anderen Seite des Schaufensters, in Gesprächen oder als imaginierte Akteure, wie bei einer denkwürdigen Inszenierung, die im Rahmen von Almas Geburtstagsfeier zu beobachten war. Almas Geburtstag wurde im Antonio mit geladenen Gästen gefeiert; für andere Restaurantbesucher blieb das Lokal geschlossen, so dass sie sich mit dem Anblick festlich gekleideter Berühmtheiten begnügen mussten, die aus Limousinen stiegen. Als die Zeremonie des Schenkens im Inneren des Restaurants vonstatten gegangen war, wurden die Gäste zu einem überraschend eingedeckten Tisch gebeten – einem Tisch der Armen. Auf zerknitterter Alufolie und alten Zeitungen waren Heringe, gekochte Erbsen und mit Knoblauch gewürztes Brot angerichtet. Als Getränke wurden russischer Wodka und Zwei-Liter-Flaschen mit einer trüben, braunen Flüssigkeit serviert, wobei es sich um selbstgebrautes Bier zweifelhafter Qualität handelte, das als Gebräu der Armen und Alkoholkranken gilt. Erst auf das verblüffte Lachen der Gäste hin (von denen selbstredend niemand die Speisen anrührte), und nachdem die Gastgeber scherzhaft versichert hatten, es würde sonst nichts serviert, wurden die Türen zu einem weiteren Raum aufgestoßen, in dem die Festteilnehmer ein exklusives Büffet erwartete. Die Gemeinschaft der Gewinner konstituierte sich an diesem Abend wesentlich über die symbolische Inszenierung der ›Anderen‹, und sie zelebrierte den eigenen Erfolg und ein gutes Leben, das wesentlich im Einverleiben ausgesuchter Speisen an einem elitären Ort bestand.

Neue Orte als corporate sphere

Obwohl sich meine Informanten in Stadträumen als Menschen von Welt mit nahezu unbegrenzten Möglichkeiten inszenierten, war ihr privilegierter Status doch vom Blick der Anderen und damit vom konkreten sozialen Kontext abhängig. Angesichts der litauischen Massenemigration erwiesen sich die Gewinner als eine lokal sehr gebundene Gruppe. Denn während eine Mehrheit der Bevölkerung Litauens in den letzten Jahren die Emigration in Betracht zog und viele Litauer das Land auch tatsächlich verlassen haben,³⁸⁵ weil sie

385 Statistische Daten zur Migration aus Litauen finden sich unter www.stat.gov.lt/lt. Diese Statistiken spiegeln indes die gegenwärtige Situation kaum wieder,

aufgrund ihrer finanziellen und sozialen Lage weder ökonomisches noch soziales Kapital zu verlieren hatten, sprachen sich meine Gesprächspartner entschieden gegen die Auswanderung aus, wiewohl sie Privathäuser oder Filialen in den verschiedensten Ecken der Welt besaßen. Viele von ihnen betonten, selbst oder gerade in den westeuropäischen Ländern nicht die passenden Bedingungen für ein komfortables Leben vorgefunden zu haben, und sich nur in Litauen der Qualität (und des symbolischen Wertes) von Orten und Dienstleistungen gewiss zu sein. So gab sich eine meiner Interviewpartnerinnen erzürnt, weil sie in Portugal trotz ausreichenden Geldes keinen Zugang in einen Golfklub gefunden hatte, und eine andere behauptete, Solarien und Schönheitssalons in Deutschland seien schmutzig. Offensichtlich erlebten sie die symbolischen Bedeutungen von Orten und die Strategien körperlicher Repräsentation, die in anderen sozialen Kontexten gelten, als Gefahr für die erfolgreiche Reproduktion ihres eigenen, oft noch relativ neuen und fragilen Gewinner-Status.

Doch wäre es falsch anzunehmen, die lokal produzierte Macht der Gewinner könnte sich bloß in diesem Kontext auswirken. Wie Susan Ruddick in einem etwas anderen Zusammenhang beobachtet hat, fällt der physisch-territoriale Rahmen (*scale*) bestimmter (Macht-)Räume nicht mit ihrem Geltungsbereich (*scope*) zusammen.³⁸⁶ Dies gilt auch für die städtischen Repräsentationsbühnen der Gewinner, die nicht nur der lokalen Dynamik der litauischen Gesellschaft, sondern auch der Logik des globalen Kapitalismus gehorchen.³⁸⁷ Die im Kontext der Privatisierung, Individualisierung und Kommodifizierung von Räumen und Körpern in Vilnius entstandenen elitären Orte sehe ich daher als Teil einer globalen korporativen Sphäre: einer *corporate sphere* (Alexei Yurchak), die in vielen anderen Städten der Welt existiert und auf die Unternehmenswerbung sowie die symbolische Repräsentation und (Re-)Produktion des Erfolgs auf dem freien Markt ausgerichtet ist. Yurchak zufolge wird in der korporativen Sphäre nicht zwischen beruflichem und privatem Leben unterschieden; charakteristisch für sie ist vielmehr, dass Marktprinzi-

weil ein großer Anteil der Emigranten nicht statistisch erfasst ist. Es wird geschätzt, dass seit 1990 rund 350.000 Menschen Litauen verlassen haben (die Gesamt Einwohnerzahl in Litauen beträgt 3,4 Mio.). Die Emigration in die westeuropäischen Länder hat besonders nach dem EU-Beitritt Litauens zugenommen. Dazu: Pilietinės visuomenės institutas siūlo būdus kaip sumažinti emigracijos keliamas grėsmes [Vorschläge des Instituts für Zivilgesellschaft zur Minderung der durch Migration verursachten gesellschaftlichen Probleme], www.bernardinai.lt/index.php?url=articles/8428 vom 15. Juni 2007

386 Susan Ruddick: »Constructing Difference in Public Spaces: Race, Class, and Gender as Interlocking Systems«, in: *Urban Geography* 17/2 (1996), S. 132-151, hier S. 140.

387 Vgl. Fredric Jameson: »Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism«, in: *New Left Review*, 146 Juli/August 1984, S. 52-92.

pien auf alle Lebensbereiche übertragen werden. So wird der ›Körper der Gewinner‹ konstituiert und der Markt »as a way of life« praktiziert.³⁸⁸



Abbildung 13: Das neue Stadtzentrum, fotografiert von A. Vonderau, 2005.

388 Wie im Kapitel »Medienrepräsentationen« ausgeführt, verstehe ich auch die medialen Repräsentationsbühnen als Teil der korporativen Sphäre. Vgl. A. Yurchak: Russian Neoliberal, S. 72-90.

Schluss:

Sichtbarkeit der Gewinner,

Unsichtbarkeit der Verlierer

Das vorliegende Buch hat untersucht, wie sich kulturelle Kategorien von Erfolg und gutem Leben im Zuge der postsozialistischen Transformation und der europäischen Integration Litauens gewandelt haben und (re-)definiert wurden. Der Schwerpunkt lag dabei auf der sich stetig neu gestaltenden Verbindung zwischen den individuellen Lebensprojekten und dem Projekt der sozialen Ordnung. Ich habe gezeigt, wie aus dem Zusammenspiel struktureller Gegebenheiten und individueller Erfahrungen komplexe Vorstellungen – kulturelle Modelle – des erfolgreichen Individuums und guten Lebens entstehen und sozial wirksam werden. Im Anschluss an Arjun Appadurai habe ich diese Modelle als soziale Imaginationen betrachtet, die die alltäglichen Entscheidungen und Handlungen der Menschen bestimmen und hierdurch eine Kraft gewinnen, die sich auf die Entwicklung der ganzen Gesellschaft auswirkt. Als Beispiel einer solchen wirkmächtigen Imagination habe ich die Vision eines besseren westlichen (Konsum-)Lebens im Sozialismus beschrieben, die zum Zerfall des staatlichen Kommandosystems beigetragen hat.

Kulturelle Modelle von Erfolg und gutem Leben wurden in dieser Arbeit in ihren diskursiven, vor allem aber auch materiellen, das heißt dinglichen und körperlichen Formen untersucht, die sich in Konsumpraxen, Körpertechniken, Lebensstilen, Leibempfindungen und emotionalen Erfahrungen konstituieren und gelebt werden. Konsum galt dabei im Blick auf die ost- und westeuropäischen Gesellschaften als zentrale soziale und kulturelle Praxis, als eine Objektivierung von Kultur und als gesellschaftliches Orientierungssystem, dessen Analyse Erkenntnisse über die soziale Differenzierung der Gesellschaft und über Veränderungen des Selbstverständnisses ihrer Mitglieder vermittelt. Die Darstellung des Übergangs von der sozialistischen zur kapitalistischen Konsumgesellschaft zielte entsprechend darauf ab, die Veränderung ökonomischer Strukturen und politischer Regierungsformen nachzuzeichnen und zu zeigen, wie Macht durch die Förderung von Konsumwünschen und durch Regulierung von Produktion und Konsumption ausgeübt wird. Weiter-

hin galt es darzustellen, wie Konsumpraxen und -erfahrungen den sozialen *common sense* formen und prägen, also die Selbstverständlichkeit des alltäglichen Lebens und das Verständnis der darin gespielten Rolle einzelner sozialer Akteure. Schließlich wurde gezeigt, wie im Spannungsfeld zwischen den im jeweiligen System vorherrschenden (Konsum-)Ideologien und Alltagsrealitäten alternative und informelle Vorstellungen über Erfolg und ein besseres Leben entstehen, aber auch neue Marktformen, Konsumpraxen und Identitätsentwürfe, die vom offiziellen politischen und ökonomischen Diskurs abweichen.

Materialität habe ich hier als Aspekt des sozialen Lebens und materielle Dinge als handlungsfähige Akteure verstanden, welche die Lebenswege von Individuen, aber auch die Veränderungen einer Gesellschaft gestalten können. In diesem Sinne habe ich dargestellt, wie Veränderungen der Materialität zu anderen Formen der Subjektbildung führen und ein neues Selbstverständnis der Konsumenten erforderlich machen. Die Transformationen des Individuums im postsozialistischen Kontext zeigen sich entsprechend als Übergang von einem situativ handelnden, kollektiven Menschen, der mit der Produktion und ständigen Suche nach defizitären Konsumwaren beschäftigt und von Versorgungs- und Beziehungsnetzwerken (Kollektiven) abhängig ist, hin zu einem individualisierten, unternehmerischen Konsumenten, der Konsum als Investition in seine Person und soziale Position versteht. Diese Transformationen wurden auf mehreren miteinander verzahnten Ebenen untersucht. Erstens wurden Subjektivitätsmodelle wie das des »kollektiven Produzenten« im Sozialismus oder das des »unternehmerischen Konsumenten« im heutigen Kapitalismus erläutert, die mittels offizieller politischer Ideologien und makroökonomischer Strukturen etabliert wurden. Betont wurde dabei, dass die heutigen Programme der »Westorientierung«, »Europäisierung«, »Demokratisierung« oder »Regulierung«, die den politischen Diskurs der »neuen« EU-Mitgliedsländer prägen, die Etablierung neoliberaler Subjektivitätsformen in besonderem Maße vorantreiben. Weiterhin wurde beispielhaft gezeigt, dass inoffizielle und informelle Strukturen und Netzwerke zur Entstehung und Verwirklichung alternativer Lebens- und Identitätsentwürfe sowie zu Wirtschaftsaktivitäten beitragen, sei es durch die Beziehungsnetzwerke im Sozialismus oder durch die nicht-westlichen Märkte nach der Wende. Schließlich galt es zu schildern, wie Individuen in ihrem Alltag mittels vielfältiger Konsumstrategien, Körpertechniken und anderer kultureller Praxen ihr Selbst reformieren und regulieren und sich dabei neue Formen der Subjektbildung aneignen, diese anders auslegen oder auch umgehen – kurz, wie sie das Verhältnis zwischen Individuum und Gesellschaft mitverhandeln und mitgestalten.

Durch die analytische Verbindung der drei erwähnten Ebenen wurde deutlich, dass es beim Übergang von der sozialistischen zur kapitalistischen (Kon-

sum-)Gesellschaft nicht nur um die Veränderung von Alltagsroutinen, sondern um einen grundlegenden Wandel von Regierungsprinzipien ging, der sich auf alle Bereiche des sozialen Lebens ausgewirkt hat. Die Folgen machten sich auch im Wandel der Vorstellungen vom guten Leben und erfolgreichen Menschen bemerkbar, die zwar als Vision (Konsumorientierung) über die gesellschaftlichen Brüche hinweg vergleichbar blieben, zu ihrer Umsetzung jedoch andere Kenntnisse, Kompetenzen, Selbsttechnologien und ein verändertes Selbstverständnis der Akteure nötig machten. War die Vision vom guten Leben im Spätsozialismus vor allem durch Beziehungen und geschicktes situatives Navigieren zwischen der offiziellen und der informellen Ökonomie zu realisieren, so erwiesen sich hierfür nach dem Ende der Sowjetunion eine individualistische Lebenseinstellung, Gewinnorientierung und die beständige öffentliche Konstruktion eigener Erfolgsmages als unabdingbar.

Es war ein Anspruch dieser Studie, die unvorhergesehenen Folgen sozialen Wandels zu berücksichtigen und die Dynamik zwischen alternativen Markt- und Konsumformen und die ihnen entgegenstehende Wirkung repressiver Machtmechanismen in Bezug auf den Staatssozialismus und den heutigen neoliberalen Kapitalismus nachzuvollziehen. Aus diesem Grund wurden schattenökonomische Netzwerke im Sozialismus beschrieben, die dazu dienten, Defizite der staatlichen Ökonomie auszugleichen und inoffizielle Vorstellungen vom guten Leben zu verwirklichen, und es wurde der Frage nachgegangen, inwiefern Netzwerke emanzipatorisch waren, wie sie die repressive Macht des Kommandosystems unterliefen und dabei gleichzeitig von diesem System instrumentalisiert wurden. Als Beispiel für alternativen Konsumformen, die aus der Diskrepanz zwischen offiziellen, politisch-ökonomischen Orientierungen und den Alltagsrealitäten entstanden, wurde die Ausbreitung von Freiluftmärkten in den ersten Nachwendejahren geschildert, die der kaufschwachen Bevölkerung andere, ihrer materiellen Situation eher entsprechende Konsummöglichkeiten boten, als es die aus dem Westen übernommenen Marktstrukturen taten. Die später einsetzende ›Regulierung‹ und ›Europäisierung‹ der Freiluftmärkte wurde als repressiver Prozess analysiert, der auf Stigmatisierung und auf die räumliche wie ökonomische Aus- und Eingrenzung der vermeintlich nicht-europäischen Konsumorte abzielte.

Wie erwähnt sind die konfliktvollen Alltagserfahrungen in den Jahren nach dem Ende der sozialistischen Ära oftmals nur im Sinne einer Vorher/Nachher-Logik, als »Zeit danach« (*post socialist condition*) pauschalisiert worden. Eine solche dichotomische Sichtweise richtet sich an den »staatlich anerkannten Problemen« (Bourdieu) aus, die durch Politik und Medien in die Wissenschaft getragen werden und soziale Veränderungen in Osteuropa als Zeichen einer Westorientierung und Europäisierung deuten. In der Absicht, dieser pauscha-

lisierenden Perspektive entgegenzutreten, habe ich die Transformation sozialer Ordnung als Prozess konturiert, aus dem Gesellschaftsstrukturen, kulturelle Praxen und symbolische Bedeutungen entstehen, die mit denen westlicher kapitalistischer Gesellschaften nicht einfach gleichzusetzen sind. Aus diesem Grunde wurden vor allem gesellschaftliche Kontinuitäten herausgestellt, die parallel zu den oft konstatierten Brüchen im Kontext einer sogenannten Transformationsgesellschaft beobachtbar werden. Zu diesen Kontinuitäten gehört das heute in Litauen und anderen postsozialistischen Ländern verbreitete, ökonomisch begründete Verständnis von Erfolg und gutem Leben, das an sozialistische Konsumvisionen anschließt und zugleich an die Ideologie der modernen Konsumgesellschaft. Im Hinblick auf soziale Kontinuitäten wurde betont, dass trotz der grundlegenden Veränderungen frühere Wissensbestände, Erfahrungen und Fertigkeiten nicht gänzlich an Bedeutung verloren, sondern auf vielfältige Weise umgedeutet und in die gegenwärtigen Lebenswelten und Identitätsentwürfe integriert wurden. Entsprechend ließ sich zeigen, wie heutige »Gewinner« ihre sozialistische Vergangenheit positiv umdeuten und ihre Fähigkeit zum situativen Handeln als Kompetenz auf dem freien Markt einsetzen. Ebenfalls gezeigt wurde, dass die in der medialen Öffentlichkeit zu beobachtende Stigmatisierung von Identitäten, Verhaltensweisen, Körperlichkeiten und Lebensstilen als veraltet oder »sozialistisch« zur Ausgrenzung der »Verlierer« dient.

Es ging im vorliegenden Buch also um die soziale Differenzierung der postsozialistischen europäischen Gesellschaften, um das Entstehen von neuer Armut und neuem Reichtum und damit um Prozesse, die sich unmittelbar auch in den kollektiven und individuellen Vorstellungen eines guten Lebens und erfolgreichen Individuums niederschlagen. Indem diese Vorstellungen als materielle und körperliche Erfahrungen analysiert wurden, konnte gezeigt werden, wie die Mechanismen sozialer Differenzierung sich bis in das persönliche Umfeld, die Alltagsroutinen und die Körper der Einzelnen hinein auswirkten. Zugleich wurde dargelegt, wie sich das physische und emotionale Verhältnis zu den materiellen Dingen (insbesondere zu begehrten Konsumwaren) seit dem Spätsozialismus gewandelt hat, wobei der quantitative Bezug zur dinglichen Welt durch ein qualitatives Verhältnis ersetzt und Geschmack zu einem wichtigen sozial differenzierenden Prinzip wurde. Es entstand ein differenzierter Raum der Lebensstile, der bedingend für das Funktionieren einer modernen Konsumgesellschaft war, die auf Nischenmärkten beruhte und auf den spezialisierten Präferenzen ihrer Konsumenten. Infolge der geschmacklichen Differenzierung wurden gesellschaftliche Gruppen und ihre Rollen neu definiert und symbolisch durch materielle Zeichen markiert: »Reiche« und »Arme«, westlich orientierte »Europäer« und gen Osten orientierte »Neureiche«, gestrige und fortschrittliche Menschen, Frauen und Männer.

Hervorzuheben bleibt, dass der materielle Wandel keine emotional oder qualitativ ›bessere‹ oder ›schlechtere‹ Beziehung zu den Dingen impliziert, sondern für ein Verhältnis steht, das grundsätzlich anders funktionierte und sich aus den Regierungsprinzipien und alltäglichen Selbstverständlichkeiten der Gesellschaft nährte.

Ich habe gezeigt, dass selbst unter den veränderten sozialen Bedingungen die Erinnerungen an die frühere Materialität und Körperlichkeit im individuellen und kollektiven Gedächtnis der Gesellschaft lebendig bleiben und in das heutige Verhältnis der Menschen zu ihrem Körper und zu den Dingen hineinwirken. Die radikale Umgestaltung des eigenen Körpers und der privaten materiellen Umwelt markiert eine Transformation des Selbst und eine Distanzierung von der Vergangenheit des Individuums, die im kollektiven Gedächtnis mit einer ganz konkreten Körperlichkeit und Dinglichkeit verbunden ist. Zugleich muss man sich bei der Untersuchung des Verhältnisses von Menschen und Dingen bewusst sein, dass Dinge die soziale Position der Menschen als handelnde Akteure mitbestimmen können (*objects making subjects*). Für den sozialen Aufstieg und das Erlangen eines privilegierten Status können die Praxen der Verkörperung ausschlaggebend werden. Entsprechend habe ich untersucht, in welchem Verhältnis das neoliberale Modell des unternehmerischen Individuums zur Materialität und Körperlichkeit der ›neuen‹ Konsumgesellschaft steht, und wie neuer Reichtum und neue Armut, Gewinner und Verlierer durch materielle und körperliche Zeichen identifiziert werden. Indem bestimmte Körperbilder und der (Notwendigkeits-)Geschmack in der Medienöffentlichkeit als Erbe des *homo sovieticus* entwertet werden, wird die im postsozialistischen Kontext wirksame Gegenüberstellung zwischen der sozialistischen Vergangenheit und der kapitalistischen europäischen Gegenwart in ihrer ausgrenzenden Funktion (re-)produziert.

Die Untersuchung konzentrierte sich vor allem auf dominante kommerzielle Modelle von Erfolg und gutem Leben, die in den Medien, den politischen Ideologien, der Werbung und in modernen Marketingstrategien hervortreten. Zugleich beschränkte sie sich auf Individuen, die heute öffentlich als erfolgreiche Personen und Verkörperungen eines guten Lebens anerkannt sind. Sie fokussierte also auf Individuen, die auf dem freien Markt besonders aktiv sind, über überdurchschnittlich viel materielles und soziales Kapital verfügen und eine soziale Sichtbarkeit genießen, die für die Legitimation und Reproduktion ihrer sozialen Position als Gewinner der postsozialistischen Transformation und erfolgreiche Europäer im lokalen wie internationalen Kontext entscheidend ist. Die Produktion von Sichtbarkeit bedeutet für diese Personen kontinuierliche Arbeit am eigenen Körper und Lebensstil und eine stete Inszenierung ihrer Erfolgsimages auf medialen und anderen öffentlichen Bühnen. Selbst wenn die Interessen dieser Individuen hegemonial erscheinen und

sie die Entwicklung der ganzen Gesellschaft zweifelsohne in hohem Maße mitbestimmen und gestalten können, wurden sie hier nicht als eine nach objektiven Kriterien zu definierende soziale Gruppe oder Klasse (eine Elite) vorgestellt, sondern mithilfe allgemeinerer Bezeichnungen wie »Gewinner« oder »Etablierte« charakterisiert. Dies war zum einen darin begründet, dass die objektivierende Feststellung eines Klassenstatus problematisch ist. Zum anderen bezweckte diese Studie nicht vorrangig die Definition von Entitäten, sondern die Analyse von Strategien, Praxen und Techniken, mithilfe derer ein privilegierter sozialer Status geschaffen und über gesellschaftliche Transformationen hinweg aufrechterhalten wird.

Die Konzentration auf die relativ kleine Gruppe der Gewinner und auf die dominanten Vorstellungen von Erfolg und gutem Leben war in meiner Überzeugung begründet, dass die Analyse der Machtfelder und ihrer Akteure Aufschlüsse über soziale Differenzierungsmechanismen und kulturelle Stigmatisierungen zu geben vermag, die weit über diese Felder hinausreichen und andere gesellschaftliche Gruppen umfassen. Überdies sind die postsozialistischen Machtstrukturen, die Folgen der Transformation und der europäischen Integration in den postsozialistischen Kontexten kaum hinreichend untersucht. Sie werden in der Wissenschaft wie in Medien und Politik zu oft aus einer modernisierungstheoretischen Perspektive betrachtet und als unumgänglicher, einseitig positiver Prozess bewertet. Auch im öffentlichen Diskurs Litauens, das hier als empirisches Fallbeispiel eines postsozialistischen EU-Mitgliedsstaates analysiert wurde, ist diese Sichtweise verbreitet. Die aus der Geschichte des Landes und aus den aktuellen Transformationen resultierende Orientierung gen Westen und Europa macht es geradezu unmöglich, den Prozess der europäischen Integration differenzierter zu beurteilen und soziale Probleme wie Armut als aktuelle Herausforderungen an die heutige Gesellschaft (und nicht nur als sozialistische Altlast) anzuerkennen. Das Vorherrschen dieser Perspektive verhindert also die soziale Sichtbarkeit und Anerkennung von »anderen«, weniger etablierten und erfolgreichen Individuen und von Lebens- und Identitätsentwürfen, die den verbreiteten westlich-europäischen Vorstellungen widersprechen.³⁸⁹

Im Gegensatz zu den sozialistischen Konsumenten projizieren die heutigen ihre Visionen des guten Lebens nicht mehr nach außen, sondern nach innen: auf die eigene Gesellschaft und das eigene Selbst. Durch die überlegte

389 Eine sinnvolle Weiterführung dieser Forschung bestünde deshalb eben in der Untersuchung der weniger etablierten sozialen Gruppen und der Strategien, die sie bei ihrer Suche nach einem eigenen Platz in der sich wandelnden (Konsum-)Gesellschaft verfolgen. Ein solches Projekt würde die Koexistenz informeller und nicht-kommerzieller Vorstellungen von Erfolg und gutem Leben verdeutlichen, ihre sozialen Voraussetzungen analysieren und ihnen Legitimation und soziale Sichtbarkeit verschaffen.

Wahl adäquater Konsumangebote, einen ›angemessenen‹ Lebensstil und gezielte Investitionen in die eigene Person versuchen sie, auf dem Erfolgsweg der ›neuen‹ Gesellschaft Vorteile zu erlangen. Viele Menschen in Litauen wie auch anderswo in Europa können indes aus ihrer sozialen und materiellen Situation heraus solche Erfolgsstrategien kaum realisieren. Doch trotz der sie benachteiligenden Situation wird ihr ausbleibender Erfolg, der modernen Gouvernancelogik entsprechend, an ihre Eigenverantwortung zurückdelegiert. So entstehen soziale Differenzen, die durch die stereotypisierten Bilder des ›alten‹, unflexiblen, gestrigen Menschen und des ›neuen‹, zukunftsweisenden Individuums in der kollektiven Imagination der Gesellschaft verankert werden.

Analog zur Verdrängung früherer Identitätswürfe und Subjektivitätsformen ist die dingliche Welt der ehemals sozialistischen Gesellschaften von westlichen Konsumwaren überflutet und kolonialisiert worden. Die ›alten Dinge‹ haben ihren symbolischen Wert verloren und ehemalige Prestigeobjekte wurden zum Zeichen einer unstatthaften Vergangenheit; sie verschwanden aus der Sichtweite der westorientierten Gesellschaft, zumindest aus der Öffentlichkeit. Stattdessen erschaffen Politik, Werbung und Presse eine neoliberale Ikonologie des guten Lebens, die sich auch in die städtische Landschaft einschreibt und den physischen wie sozialen Raum neu organisiert. Es entstehen neue Zentren und Peripherien, Gebäude werden errichtet, andere zerstört, manche Orte werden aufgewertet, während andere ihre Bedeutung verlieren. Ebenso ist der individuelle und kollektive Leib der sozialen Akteure vom Wandel betroffen, und zwar nicht nur auf der Ebene wohlthuender Konsum- und Pflegepraxen, sondern auch durch schmerzhaft Operationen und mühevoll Training; an ihm kommt duftende Edeldkosmetik zum Einsatz, aber er trägt auch die Narben des wilden Kapitalismus. Schwere und Schmerz des Wandels sind für alle Gesellschaftsmitglieder auf unterschiedliche Weise im Alltag spürbar; nicht einmal die Gewinner können sie umgehen, zumal gerade sie auf kontinuierliche Selbstrepräsentation, auf die Arbeit am eigenen Körper angewiesen sind. Natürlich ist die materiell und körperlich markierte soziale Ungleichheit den Bürgern der postsozialistischen Länder als solche schon lange präsent, doch werden Differenzen seit dem Ende des Sozialismus schärfer wahrgenommen und erlebt. Während die gen Westen gerichteten sozialistischen Visionen eines besseren Lebens andere Unterschiede als jene zwischen Ost und West verdeckten, werden die Vorbilder für den Erfolg (wie für den Misserfolg) heute innerhalb der eigenen Gesellschaft gesucht. Den Menschen wird bewusst, dass diese Differenzen ihre eigenen Familien, Freundschaften und Bekanntschaften durchziehen. Im Laufe meiner Forschung bekam ich oft zu hören, wie intensiv und emotional geladen die Erkenntnis dieser Tatsache werden kann, und ich möchte zum Ende dieses Buches noch einmal daran erinnern:

Ich habe Freundinnen in Kaunas. Ich besuche sie, wenn sie Geburtstag haben, aber ich fühle mich dort nicht mehr wohl, weil sie so wenig Geld haben, dass sie ihren Kühlschrank nicht reparieren lassen können und die Lebensmittel im Winter auf dem Fensterbrett frisch halten müssen. Und was soll ich ihnen erzählen? Dass ich vor kurzem von den Kanaren zurückgekommen bin und dass es uns dort sehr gut ging, und dass wir gut gegessen haben? Ich sitze da und schweige, ich kann ja nicht protzen, weil sie sich dann schlecht fühlen würden. Ich versuche, ihnen ein bisschen Geld zu geben, damit sie den Kühlschrank reparieren lassen können, aber ich weiß, dass das nicht ewig so weitergehen kann. Das entfernt uns voneinander, obwohl wir so dicke Freundinnen waren! Jetzt zeigt sich, dass unsere Lebenswege verschieden sind, und wenn wir uns treffen, ist unsere Kommunikation nicht mehr gleichberechtigt. (Eva)

Die Erfahrung dieser einschneidenden sozialen Differenzierung, die oft als soziale und räumliche Entfremdung erlebt wird und in der Gegenüberstellung von Erfolg oder Misserfolg, von gutem oder weniger gutem Leben ihren Ausdruck findet, gehört für die erfolgreichen wie die weniger erfolgreichen Menschen in Osteuropa gegenwärtig zu den grundlegenden Erfahrungen der post-sozialistischen Moderne.

Dank

Zahlreiche Personen und Institutionen im ›neuen‹ und ›alten‹ Europa haben zur erfolgreichen Realisierung meines Forschungsvorhabens und zur Veröffentlichung des Buches beigetragen, wofür ich mich herzlich bedanken möchte.

Zuallererst gilt mein Dank meinen Informantinnen und Informanten, die mir Einblicke in ihr persönliches und berufliches Leben gewährten und Zeit für unsere Gespräche und gemeinsame Unternehmungen fanden. Sie haben mir nicht nur geholfen, die gesellschaftlichen Transformationsprozesse in ihrer Dynamik und Vielfalt zu (be-)greifen, sondern mich auch gelehrt, Freude und Neugierde am Neuen zu haben. Ihre Professionalität, Flexibilität und der Mut, den sie den Veränderungen in ihrem Leben entgegenbrachten, haben mich sehr fasziniert.

Für fachliche Unterstützung, kontinuierliches Feedback, zahlreiche Gespräche und Gutachten bedanke ich mich bei meinen BetreuerInnen vom Institut für Europäische Ethnologie der Humboldt-Universität zu Berlin Prof. Wolfgang Kaschuba und Prof. Beate Binder. Prof. Vytis Ciubrinskas vom Zentrum für Sozialanthropologie der Vytautas Magnus Universität Kaunas danke ich für sein Interesse an meiner Forschung sowie für die Einführung in die litauische wissenschaftliche Community. Ich danke auch Prof. Bernd Henningsen vom Nordeuropa-Institut der Humboldt-Universität zu Berlin sowie Prof. Klaus Roth vom Institut für Volkskunde an der Ludwig-Maximilians Universität in München für ihren Begeisterungsvermögen und ihre Fähigkeit, Worte in Taten umzusetzen. Dank gilt auch einem verschwundenen Professor, der mein Interesse an Osteuropa und Postsozialismus seit meinem Studium unterstützte.

Für die professionelle Unterstützung beim Satz bedanke ich mich bei Matthias Schöbe und beim Transcript Verlag in Person von Jennifer Niediek für die effektive Zusammenarbeit. Für den informellen, dafür aber umso

wichtigeren Austausch – genaues Lesen, begeistertes Diskutieren, begründetes Kritisieren – bedanke ich mich sehr herzlich bei meinen Freunden, Freundinnen und Kolleginnen, bei Kerstin Pochls, Jens Adam, Anika Keinze, Christine Nippe und Maria Scattone.

Die Heinrich Böll Stiftung gewährte mir ein Promotionsstipendium und ermöglichte es mir damit, mein Forschungsvorhaben zügig durchzuführen. Mit ihrem umfangreichen Stipendiatinnenprogramm bot die Stiftung ein interdisziplinäres und politisch engagiertes Arbeitsumfeld, das vielfältige, über die wissenschaftliche Arbeit hinausreichende Bildungsmöglichkeiten für mich eröffnete. Dafür gilt ihr mein großer Dank. Der dezentralen Frauenbeauftragten der Humboldt-Universität zu Berlin und insbesondere dem Schroubek Fonds Östliches Europa gilt mein herzlicher Dank für großzügige finanzielle Unterstützung, ohne die mein Buch nicht in dieser Form hätte veröffentlicht werden können.

Für die Unterkunft und Kinderbetreuung während meiner Feldforschung, für neugierige Nachfragen und geduldiges Zuhören bedanke ich mich ganz herzlich bei meinen Eltern Elena Motiejuniene und Jonas Motiejunas. Mein ganz besonderer, großer Dank aber gilt meinem Mann Patrick Vonderau, der mit Geduld und unermüdlichem Interesse mit mir diskutierte, mir beim Korrekturlesen half und mich zusammen mit unseren Töchtern Luka und Ieva immer wieder aus der Wissenschaft in das Leben zurückholte.

Literatur

- Adam, Jens: Kaum noch normale Berliner. Stadtethnologische Erkundungen in einem »sozialen Problemquartier«, Münster: LIT-Verlag 2005 (=Berliner ethnographische Studien; 8).
- Albrow, Martin: »Auf Reisen jenseits der Heimat. Soziale Landschaften in einer globalen Stadt«, in: Ulrich Beck (Hg.), Kinder der Freiheit, Frankfurt/Main: Suhrkamp 1997, S. 288-314.
- Appadurai, Arjun: Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalisation, Minneapolis: University of Minnesota Press 1996.
- Appadurai, Arjun (Hg.), The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective, Cambridge: Cambridge University Press 1988.
- Appadurai, Arjun: »Introduction: Commodities and the Politics of Value«, in: Arjun Appadurai (Hg.), The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective, Cambridge: Cambridge University Press 1988, S. 3-63.
- Assmann, Aleida: Der lange Schatten der Vergangenheit. Erinnerungskultur und Geschichtspolitik, München: Beck 2006.
- Azarovas, Nikolajus Ivanovičius: Gyvenimo būdas – tarybinis: knyga aukštesniųjų klasių moksleiviams [Die sowjetische Lebensweise. Ein Buch für fortgeschrittene Schüler], Kaunas: Šviesa 1986.
- Baudrillard, Jean: »The Finest Consumer Object: The Body«, in: Miriam Fraser (Hg.), The Body: A Reader, London, New York: Routledge 2005, S. 276-282.
- Bauman, Zygmunt: Unbehagen in der Postmoderne, Hamburg: Hamburger Edition 1999.
- Bauman, Zygmunt: Moderne und Ambivalenz. Das Ende der Eindeutigkeit, Frankfurt/Main: Fischer 1996.
- Bauman, Zygmunt: »Auf der Suche nach der postkommunistischen Gesellschaft – das Beispiel Polen«, in: Soziale Welt. Zeitschrift für sozialwissenschaftliche Forschung und Praxis, 44/2 (1993), S. 157-176.

- Beyrau, Dietrich: »Die befreiende Tat des Wortes«, in: Wolfgang Eichwede (Hg.), Samizdat. Alternative Kultur in Zentral- und Osteuropa, Bremen: Edition Temmen 2000, S. 26-37.
- Bloch, Ernst: »Gespräch über Ungleichzeitigkeit«, in: Hans Magnus Enzensberger/Karl Markus Michel/Harald Wieser (Hg.), Kursbuch 39, Berlin: Rotbuch 1975, S. 1-9.
- Bohle, Dorothea: »Erweiterung und Vertiefung der EU: Neoliberale Restrukturierung und transnationales Kapital«, in: Prokla: Peripherer Kapitalismus in Europa, 31/128 (2002), S. 353-376.
- Boorstin, Daniel J.: »From Hero to Celebrity. The Human Pseudo-Event«, in: P. David Marshall (Hg.), The Celebrity Culture Reader, London, New York: Routledge 2006, S. 72-90.
- Bourdieu, Pierre: Sozialer Raum und »Klassen«. Leçon sur la Leçon, Frankfurt/Main: Suhrkamp 1985.
- Bourdieu, Pierre: »Ortseffekte«, in: Pierre Bourdieu (Hg.), Das Elend der Welt. Zeugnisse und Diagnosen alltäglichen Leidens an der Gesellschaft, Konstanz: UVK Universitätsverlag Konstanz 1998, S. 159-168.
- Bourdieu, Pierre: »Die Praxis der reflexiven Anthropologie. Einleitung zum Seminar an der École des hautes études et sciences sociales, Paris, Oktober 1987«, in: Pierre Bourdieu/Louic J.D. Wacquant: Reflexive Anthropologie, Frankfurt/Main: Suhrkamp 1996, S. 251-294.
- Bourdieu, Pierre: Sozialer Sinn: Kritik der theoretischen Vernunft, Frankfurt/Main: Suhrkamp 1987a, S. 236.
- Bourdieu, Pierre: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft, Frankfurt/Main: Suhrkamp 1987b.
- Bourdieu, Pierre: »Der Habitus und der Raum der Lebensstile«, in: Pierre Bourdieu: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft, Frankfurt/Main: Suhrkamp 1987c, S. 277-311.
- Bourdieu, Pierre: »Taste of Luxury, Taste of Necessity«, in: Carolyn Korsmeyer (Hg.), The Taste Culture Reader. Experiencing Food and Drink, Oxford: Berg 2005, S. 72-78.
- Boym, Svetlana: The Future of Nostalgia, New York: Basic Books, 2001.
- Briedis, Laimonas: Vilnius. City of Strangers, Vilnius: Baltos Lankos, 2008.
- Bröckling, Ulrich/Susanne Krassmann/Thomas Lemke (Hg.), Gouvernementalität der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen, Frankfurt/Main: Suhrkamp 2000.
- Brose, Hanns-Georg/Monika Wohlrab-Sahr/Michael Corsten: Soziale Zeit und Biographie. Über die Gestaltung von Alltagszeit und Lebenszeit, Opladen: Westdeutscher Verlag 1993.
- Brunnbauer, Ulf: »Die sozialistische Lebensweise«. Ideologie, Gesellschaft, Familie und Politik in Bulgarien (1994-1989), Wien, Köln, Weimar: Böhlau 2007.

- Brunnbauer, Ulf (Hg.), *Zwischen Amnesie und Nostalgie: Die Erinnerung an den Kommunismus in Südosteuropa*, Wien, Köln, Weimar: Böhlau, 2007.
- Bublitz, Hannelore: »Sehen und Gesehenwerden – auf dem Laufsteg der Gesellschaft. Sozial- und Selbsttechnologie des Körpers«, in: Robert Gugutzer (Hg.), *Body Turn. Perspektiven der Soziologie des Körpers und des Sports*, Bielefeld: transcript 2006, S. 341-362.
- Buchowski, Michał: *Rethinking Transformation*, Poznań: Wydawnictwo Humaniora, 2001.
- Butler, Judith: *Hass spricht: zur Politik des Performativen*, Berlin: Berlin-Verlag 1998.
- Butler, Judith: *The Psychic Life of Power. Theories in Subjection*, Stanford: Stanford University Press 1997.
- Butler, Judith: *Das Unbehagen der Geschlechter*, Frankfurt/Main: Suhrkamp 1992.
- Caplan, Pat: *Food, Health and Identity*, London, New York: Routledge 1997a.
- Caplan, Pat: »Approaches to the Study of Health, Food and Identity«, in: Pat Caplan (Hg.), *Food, Health and Identity*, London, New York: Routledge 1997b, S. 1-31.
- Chartier, Roger: »Kulturgeschichte zwischen Repräsentation und Praktiken«, in: Roger Chartier (Hg.): *Die unvollendete Vergangenheit. Geschichte und die Macht der Weltauslegung*, Frankfurt/Main: Fischer Wissenschaft 1992, S. 7-23.
- Cibor, Krzysztof: »Between Consumerism and Politics There Is No Place for A Fresh Carrot. On the Phenomenon of the »Działka««, in: *Plotki* 3, S. 1-2, www.cablepet.de/plotki/past_issues/plotki4/articles/Seite46.htm vom 28. Februar 2005.
- Clifford, James (Hg.), *Writing Culture. The Poetics and Politics of Ethnography*, Berkeley: University of California Press 1986.
- Davis, Kathy: »Beauty and the Female Body«, in: P. David Marshall (Hg.), *The Celebrity Culture Reader*, London, New York: Routledge 2006, S. 557-580.
- Donskis, Leonidas: »The Unbearable Lightness of Change«, in: Almantas Salamavičius (Hg.), *Forms of Freedom. Lithuanian Culture and Europe after 1990*, Vilnius: Kultūros barai 2005, S. 11-34.
- Douglas, Mary: *Ritual, Tabu und Körpersymbolik. Sozialanthropologische Studien in Industriegesellschaft und Stammeskultur*, Frankfurt/Main: Fischer Wissenschaft 1986.
- Dubisch, Jill: »Europe Through the Back Door: Doing Anthropology in Greece«, in: Susan Parman (Hg.), *Europe in the Anthropological Imagination*, Upper Saddle River/New Jersey: Prentice Hall 1998, S. 34-45.

- Dudwick, Nora/Hermine G. de Soto: »Introduction«, in: Nora Dudwick/Hermine G. de Soto (Hg.), *Fieldwork Dilemmas. Anthropologists in Post-socialist States*, Madison: University of Wisconsin Press 2000, S. 13- 30.
- Dunn, Elizabeth C.: »Standards and Person-Making in East Central Europe«, in: Aihwa Ong/Stephen J. Collier (Hg.), *Global Assemblages. Technology, Politics, and Ethics as Anthropological Problems*, Oxford: Blackwell 2005, S. 173-193.
- Dunn, Elizabeth C.: *Privatizing Poland. Baby Food, Big Business and the Remaking of the Polish Working Class*, Ithaka, New York: Cornell University Press 2004.
- Efimova, Alla: »Idea Against Materia: on the Consumption of Post-Soviet Art«, in: *Art Margins* 1999, www.com/content/feature/efimova1.html vom 16. Juni 2008.
- Falk, Pasi: *The Consuming Body*, London: Sage 1994 (=Theory, Culture & Society).
- Fardon, Richard/Mary Douglas: *An Intellectual Biography*, London, New York: Routledge 1999.
- Featherstone, Mike: »The Body in Consumer Culture«, in: Mike Featherstone/Mike Hepworth/Bryan S. Turner (Hg.), *The Body. Social Process and Cultural Theory*, London: SAGE 1995, S. 170-195.
- Foucault, Michel: »Das Subjekt und die Macht«, in: Hubert L. Dreyfus, Paul Rabinow (Hg.), *Michel Foucault. Jenseits von Strukturalismus und Hermeneutik*, Frankfurt/Main: Athenäum 1987.
- Foucault, Michel: »Andere Räume«, in: Karlheinz Bark/Peter Gente/Heidi Paris/ Stefan Richter (Hg.), *Aisthesis. Wahrnehmung heute oder Perspektiven einer anderen Ästhetik*, Leipzig: Reclam 1990.
- Foucault, Michel: »Technologies of the Self«, in: Michel Foucault/Paul Rabinow (Hg.), *Ethics, Subjectivity and Truth*, New York: New Press 1997, S. 223-251.
- Friedman, Jonathan: »Globalization and Localization«, in: Jonathan Xavier Inda/ Renato Rosaldo (Hg.), *The Anthropology of Globalization. A Reader*, Oxford: Blackwell 2002, S. 233-246.
- Friedman, Jonathan: *Consumption and Identity*, London: Harwood Academic Publishers 1994.
- Gal, Susan (Hg.), *Reproducing Gender: Politics, Publics, and Everyday Life after Socialism*, Princeton, NJ: Princeton University Press 2000.
- Gal, Susan/Gail Kligman: *The Politics of Gender After Socialism: A Comparative-Historical Essay*, Princeton, NJ: Princeton University Press 2000.
- Gečienė, Inga: »Democracy and the Middle Class: Western Theoretical Models in a Post-Communist Context«, in: Carol Harrington/Ayman Saleem/Tamara Zurabishvili (Hg.), *After Communism. Critical Perspectives*

- on Society and Sociology, Oxford, Bern, Berlin: Peter Lang 2004, S. 235-255.
- Geertz, Clifford: Die künstlichen Wilden. Der Anthropologe als Schriftsteller, Frankfurt/Main: Fischer Wissenschaft 1993.
- Gennep van, Arnold: The Rites of Passage, London: Routledge and Kegan Paul 1960.
- Glaserfeld, Ernst von: Radikaler Konstruktivismus. Ideen, Ergebnisse, Probleme, Frankfurt/Main: Suhrkamp 1996.
- Goffman, Erving: Wir alle spielen Theater: Die Selbstdarstellung im Alltag, München: Piper 2003.
- Goldinger, Heiner: »Methodik und Praxis des research up: als Ethnograph bei den Biorsianern«, in: Zeitschrift für Volkskunde 98/5 (2002), S. 257-270.
- Goldstein, Darra: »The Play's the Thing: Dining Out in the New Russia«, in: Carolyn Korsmeyer (Hg.), The Taste Culture Reader. Experiencing Food and Drink, Oxford: Berg 2005, S. 359-371.
- Gronow, Yukka: Caviar with Champagne. Common Luxury and the Ideals of the Good Life in Stalin's Russia, Oxford, New York: Berg 2003.
- Gugutzer, Robert: »Der body turn in der Soziologie. Eine programmatische Einführung«, in: Robert Gugutzer (Hg.), Body Turn. Perspektiven der Soziologie des Körpers und des Sports, Bielefeld: Transkript 2006, S. 9-56.
- Gupta, Akhil/James Ferguson (Hg.), Anthropological Locations. Boundaries and Grounds of a Field Science. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press 1997, S. 86-101.
- Gustafson, Thane: Capitalism Russian-Style, Cambridge: Cambridge University Press 1999.
- Halbwachs, Maurice: Das Gedächtnis und seine sozialen Bedingungen, Frankfurt/Main: Suhrkamp 1985.
- Hall, Stuart (Hg.), Representation. Cultural Representations and Signifying Practices, London: Sage 1997.
- Hann, Chris/Caroline Humphrey/Katherine Verdery: »Einleitung: Der Postsozialismus als Gegenstand ethnologischer Untersuchung«, in: Christopher Hann (Hg.), Postsozialismus. Transformationsprozesse in Europa und Asien aus ethnologischer Perspektive, Frankfurt/Main, New York: Campus 2002, S. 11-54.
- Hann, Chris: »Vorwort«, in: Christopher Hann (Hg.), Postsozialismus. Transformationsprozesse in Europa und Asien aus ethnologischer Perspektive, Frankfurt/Main, New York: Campus 2002, S. 7-10.
- Hannerz, Ulf: »Being There... And There... And There! Reflections On Multi-sited Ethnography«, in: Antonius C. G. M. Robben (Hg.), Ethnographic Fieldwork. An Anthropological Reader, Malden: Blackwell 2007, S. 3-18.

- Harvey, David: *The Condition of Postmodernity. An Inquiry into the Origins of Cultural Change*, Cambridge: Blackwell 1995.
- Hastrup, Kirsten: *A Passage to Anthropology. Between Experience and Theory*, London, New York: Routledge 1995.
- Hatschikjan, Magarditsch A.: *Eliten im Wandel. Politische Führung, wirtschaftliche Macht und Medienbildung im neuen Osteuropa*, Paderborn: Schöningh 1998.
- Hepp, Andreas: *Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung*, Opladen: Westdeutscher Verlag 1999.
- Herzfeld, Michael: *Anthropology. Theoretical Practice in Culture and Society*, Malden, MA: Blackwell 2001.
- Hertz, Rosanna/Jonathan B. Imber: »Introduction«, in: Rosanna Hertz/Jonathan B. Imber (Hg.), *Studying Elites Using Qualitative Methods*, Thousand Oaks, London, New Dehli: Sage 1995, S. 2-24.
- Hess, Sabine: »Governing Migration – Governing Europe. Kulturanthropologische Perspektiven auf Europäisierungsprozesse«, in: Kerstin Poehls/Asta Vonderau (Hg.), *Turn to Europe. Kulturanthropologische Europafor- schungen*, Münster: LIT 2006, S. 113-125 (=Berliner Blätter. Ethnographische und Ethnologische Beiträge; 41).
- Hess, Sabine: *Globalisierte Hausarbeit. Au-pair als Migrationsstrategie von Frauen aus Osteuropa*, Frankfurt/Main: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2005.
- Hirsch, Paul M.: »Tales from the Field. Learning from Researchers' Accounts«, in: Rosanna Hertz/Jonathan B. Imber (Hg.), *Studying Elites Using Qualitative Methods*, Thousand Oaks, London, New Dehli: Sage 1997, S. 72-79.
- Hohnen, Pernille: *A Market Out of Place? Remaking Economic, Social, and Symbolic Boundaries in Post-Communist Lithuania*, Oxford: Oxford University Press 2003.
- Humphrey, Caroline: »Ist »postsozialistisch« noch eine brauchbare Kategorie?«, in: Christopher Hann (Hg.), *Postsozialismus. Transformationsprozesse in Europa und Asien aus ethnologischer Perspektive*, Frankfurt/Main, New York: Campus 2002, S. 26-30.
- Humphrey, Caroline: »The Villas of the »New Russians«: a Sketch of Consumption and Cultural Identity in Post-Soviet Landscapes«, in: Focaal. Tijdschrift voor anthropologie. Globalization/Localization Paradoxes of Cultural Identity, 30-31 (1997), S. 85-106.
- Humphrey, Caroline: »Creating a Culture of Disillusionment. Consumption in Moscow, a Chronicle of Changing Times«, in: Daniel Miller (Hg.), *Worlds Apart. Modernity Through the Prism of the Local*, London, New York: Routledge 1995, S. 43-68.

- Hunter, Albert: »Local Knowledge and Local Power. Notes on the Ethnography of Local Community Elites«, in: Rosanna Hertz/Jonathan B. Imber (Hg.), *Studying Elites Using Qualitative Methods*, Thousand Oaks, London, New Dehli: Sage 1995, S. 151-169.
- Imbusch, Peter: »Politische und ökonomische Eliten in gesellschaftlichen Transformationsprozessen. Über den Erhalt, Verlust und Transformation von Macht«, in: Stefan Hornbostel (Hg.), *Sozialistische Eliten. Horizontale und vertikale Differenzierungsmuster in der DDR*, Opladen: Leske+Budrich 1999, S. 267-287.
- Jackson, Anthony (Hg.), *Anthropology at Home*, London: Tavistock 1987.
- Jameson, Fredric: »Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism«, in: *New Left Review*, 146, Juli-August (1984), S. 52-92.
- Joas, Hans: *Die Kreativität des Handelns*, Frankfurt/Main: Suhrkamp 1992.
- Jütte, Robert: »Vom Notwendigkeitsgeschmack zum Einheitsaroma. Prolegomena zu einer Sinnesgeschichte im 20. Jahrhundert«, in: Dietrich von Engelhardt (Hg.), *Geschmackskulturen*, Frankfurt/Main: Campus 2005, S. 46-57.
- Junghans, Trenholme: »Marketing Selves. Constructing Civil Society and Selfhood in Postsocialist Hungary«, in: *Critique of Anthropology* 21/4 (2001), S. 383-400.
- Juonienė, Stanislava: *Socialistinis gyvenimo būdas ir ideologinė kova: iš ciklo »Gyvenimo būdo problemos dabarties ideologinėje kovoje« (medžiaga lektoriui) [Die sowjetische Lebensweise und der ideologische Kampf. Material für Lektoren]*, Vilnius: Žinija 1987.
- Kaschuba, Wolfgang: »Old and New Europe: Representations, Imaginations, Stagings«, in: Wolfgang Kaschuba/Tsypylma Darieva (Hg.), *Representations on the Margins of Europe. Politics and Identities in the Baltic and South Caucasian States*, Frankfurt/Main, New York: Campus 2007, S. 25-42.
- Kaschuba, Wolfgang: *Einführung in die Europäische Ethnologie*, München: Beck. 2006.
- Keinz, Anika: *Polens andere. Verhandlungen von Geschlecht und Sexualität in Polen nach 1989*, Bielefeld: Transcript, 2008.
- Kelertas, Violeta (Hg.), *Baltic Postcolonialism*, Amsterdam, New York: Rodopi, 2006.
- Kharkhordin, Oleg: *The Collective and the Individual in Russia. A Study of Practices*, Berkeley: University of California Press 1999.
- Kideckel, A. David: »Utter Otherness: Western Anthropology and East European Political Economy«, in: Susan Parman (Hg.), *Europe in the Anthropological Imagination*, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall 1998, S. 134-147.

- Klumbytė, Neringa: »Post-Soviet Publics and Nostalgia for soviet Times«, in: Ingo W. Schröder/Asta Vonderau (Hg.), *Changing Economies and Changing Identities in Postsocialist Eastern Europe*, Berlin u.a.: LIT-Verlag 2008, S. 27-45.
- Klumbytė Neringa: *Ethnography of Voting: Nostalgia, Subjectivity, and Popular Politics in Postsocialist Lithuania*, unveröffentlichte Dissertation University of Chicago 2006.
- Langer, John: »Television's »Personality System««, in: David Marshall (Hg.), *The Celebrity Culture Reader*, London, New York: Routledge 2006, S. 181-195.
- Latour, Bruno: *Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network-Theory*, Oxford: Oxford University Press 2007.
- Lemke, Thomas/Susanne Krassmann/Ulrich Bröckling: »Gouvernementalität, Neoliberalismus und Selbsttechnologien. Eine Einleitung«, in: Ulrich Bröckling/Susanne Krassmann/Thomas Lemke (Hg.), *Gouvernementalität der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen*, Frankfurt/Main: Suhrkamp 2000, S.7-41.
- Lindner, Rolf: »Die Angst des Forschers vor dem Feld«, in: *Zeitschrift für Volkskunde* 77 (1981), S. 1-19.
- Lissjutkina, Larissa: »Beharrung und Stagnation: Weiblichkeitsprojekte in der Arbeitswelt Russlands 1960-1990«, in: Klaus Roth (Hg.), *Arbeit im Sozialismus – Arbeit im Postsozialismus. Erkundungen zum Arbeitsleben im östlichen Europa*, Münster: LIT-Verlag 2004, S. 179-198.
- Marcus, George E.: »Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography«, in: *Annual Review of Anthropology* 24 (1995), S. 95-117.
- Mason, David S./James R. Kluegel: »Introduction: Public Opinion and Political Change in the Postcommunist States«, in: David S. Mason/James R. Kluegel (Hg.), *Marketing Democracy. Changing Opinion About Inequality and Politics in East Central Europe*, Lanham: Rowman & Littlefield 2000, S. 1-28.
- Matonytė, Irminda: *Posovietinio elito labirintai [Labyrinth der postsowjetischen Elite]*, Vilnius: Knygiai 2000.
- Matyuchina, Aleksandra: »In Komfort wohnen - aus der Sicht der Sowjet-Ideologie«, in: Klaus Roth (Hg.), *Arbeitswelt - Lebenswelt. Facetten einer spannungsreichen Beziehung im östlichen Europa*, Berlin: LIT 2006, S. 207-215.
- Mauss, Marcel: »Die Techniken des Körpers«, in: Marcel Mauss (Hg.), *Soziologie und Anthropologie*, Frankfurt/Main: Ullstein 1978, S. 197-220.
- McDowell, Linda: *Capital Culture: Gender at Work in the City*, Oxford: Blackwell 1997.

- Merl, Stephan: »Staat und Konsum in der Zentralverwaltungswirtschaft. Russland und die ostmitteleuropäischen Länder«, in: Hannes Siegrist/Hartmut Kaelble/Jürgen Kocka (Hg.), Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert), Frankfurt/Main, New York: Campus 1997, S. 205-244.
- Messerschmidt, Donald A. (Hg.), *Anthropologists at Home in Northern America. Methods and Issues in the Study of One's Own Society*, Cambridge: Cambridge University Press 1981.
- Miller, Daniel: »Introduction«, in: Daniel Miller (Hg.), *Materiality*, Durham: Duke University Press 2005, S.2-40.
- Miller, Daniel: »Introduction«, in: Susanne Küchler/Daniel Miller (Hg.), *Clothing as Material Culture*, Oxford: Berg 2005, S. 1-19.
- Miller, Daniel: »Anthropology, Modernity and Consumption«, in: Daniel Miller (Hg.), *Worlds Apart: Modernity Through the Prism of the Local*, London, New York: Routledge 1995, S.1-22.
- Mills, Charles Wright: *The Power Elite*, Oxford, New York: Oxford University Press, 1956.
- Nast, Heidi J./Steve Pile: »Introduction. Making PlacesBodies«, in: Heidi J. Nast/ Steve Pile (Hg.), *Places through the Body*, London, New York: Routledge 1998, S. 1-20.
- Neidhart, Christopher: *Russia's Carnival. The Smells, Sights and Sounds of Transition*, Lanham: Rowman & Littlefield 2003.
- Nekrašas, Evas: »Litauen: Auf der Suche nach einer regionalen Identität«, in: Paulius Subačius (Hg.), Fortsetzung folgt. Essays über Litauen und Europa, Frankfurt/Main: Inter Nos 2002, S. 197-216.
- Niedermüller, Peter: »Kultur, Transfer und Politik im ostmitteleuropäischen Sozialismus«, in: Hartmut Kaelble u.a. (Hg.), *Transnationale Öffentlichkeit. Identitäten im 20. Jahrhundert*, Frankfurt/Main: Campus 2002, S. 159-175.
- Niedermüller, Peter: »Ethnographie Osteuropas: Wissen Repräsentation, Imagination. Thesen und Überlegungen«, in: Konrad Köstlin/Herbert Nikitsch (Hg.), *Ethnographisches Wissen zu einer Kulturtechnik der Moderne*, Wien: Selbstverlag des Instituts für Volkskunde 1999, S. 42-67.
- Ong, Aihwa: *Flexible Citizenship: The Cultural Logics of Transnationality*, Durham: Duke University Press 1999.
- Oushakine, Serguei Alex: »The Quantity of Style. Imaginary Consumption in the New Russia«, in: *Theory, Culture & Society*, 17/5 (2000), S. 97-120.
- Pachenkov, Oleg/Lilia Voronkova: »New Old Identities and Nostalgias for Socialism in St. Petersburg and Berlin Flea Markets«, in: Ingo W. Schröder/Asta Vonderau (Hg.), *Changing Economies Changing Identities in Postsocialist Eastern Europe*, Berlin u.a.: LIT-Verlag 2008, S. 191-216.

- Parman, Susan: »Introduction: Europe in the Anthropological Imagination«, in: Susan Parman (Hg.), *Europe in the Anthropological Imagination*, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall 1998, S.1-16.
- Pilkington, Hilary: *Looking West? Cultural Globalisation and Russian Youth Culture*, University Park: Pennsylvania State University Press 2002.
- Pilkington, Hilary: »Youth Culture« in Contemporary Russia. Gender, Consumption and Identity«, in: Hilary Pilkington (Hg.), *Gender, Generation and Identity in Contemporary Russia*, London, New York: Routledge 1996, S. 189-213.
- Pine, Frances: »From Production to Consumption in Post-Socialism?«, in: Michał Buchowski/Edouard Conte/Carole Nagengast (Hg.), *Poland Beyond Communism. »Transition« in Critical Perspective*, Freiburg: Universitätsverlag Freiburg 2001, S. 209-224 (=Studia Ethnographica Friburgensia; 25).
- Pinney, Christopher: »Things Happen: Or, From Which Moment Does that Object Come?«, in: Daniell Miller (Hg.), *Materiality*, Durham: Duke University Press 2005, S. 256-272.
- Poehls, Kerstin: *Europa Backstage. Expertenwissen, Habitus und kulturelle Codes im Machtfeld der EU*, Bielefeld: Transcript, 2009.
- Poehls, Kerstin/Asta Vonderau: »Turn to Europe. Einleitung«, in: Kerstin Poehls/ Asta Vonderau (Hg.), *Turn to Europe. Kulturanthropologische Europaforschungen*, Münster, Hamburg, Berlin: LIT-Verlag 2006, S. 7-10 (=Berliner Blätter. Ethnographische und ethnologische Beiträge; 41).
- Rausing, Siegrid: »Re-constructing the »Normal«: Identity and the Consumption of Western Goods in Estonia«, in: Ruth Mandel/Caroline Humphrey (Hg.), *Markets & Moralities. Ethnographies of Postsocialism*, Oxford, New York: Berg 2002, S. 127-142.
- Richter, Rudolf: »Stile im Konflikt in der Begegnung zwischen Ost und West. Ein kultursoziologischer Beitrag aus der Lebensstilforschung«, in: Otto G. Schwenk (Hg.), *Lebensstile zwischen Sozialstrukturanalyse und Kulturwissenschaft*, Opladen: Leske+Budrich 1996, S. 261-282 (= Sozialstrukturanalyse. Hg. v. Stefan Hradil, Band 7).
- Ridderstråle, Jonas/Kjell Nordström: *Karaoke kapitalizmas. Valdymą žmonijai* (engl. Orig. Karaoke Capitalism – Management for Mankind), Vilnius: Libra Holdings 2004.
- Rose, Nikolas: *Inventing Ourselves. Psychology, Power and Personhood*, Cambridge: Cambridge University Press 1998.
- Ruddick, Susan: »Constructing Difference in Public Spaces: Race, Class, and Gender as Interlocking Systems«, in: *Urban Geography* 17/2 (1996), S. 132-151.
- Sampson, Steven L.: »»Money Without Culture, Culture Without Money«. Eastern Europe's Nouveaux Riches«, in: *Anthropological Journal of*

- European Cultures. World View, Political Behaviour and Economy in the Post-Communist Transition II 3/1 (1994), S. 7-30.
- Schlögel, Karl: »Marijampolė oder die stille Verfertigung Europas«, in: Karl Schlögel: Marijampolė oder Europas Wiederkehr aus dem Geist der Städte. München, Wien: Hanser 2005, S. 9-34.
- Shevchenko, Olga: »In Case of ›Fire Emergency‹. Consumption, Security and the Meaning of Durables in a Transforming Society«, in: Journal of Consumer Culture 2/2 (2002), S. 147-170.
- Shore, Chris/Stephen L. Nugent: »Introduction. Towards an Anthropology of Elites«, in: Chris Shore/Stephen Nugent (Hg.), Elite Cultures. Anthropological Perspectives, London, New York: Routledge 2002, S. 1-21.
- Shore, Chris/Susan Wright: »Policy. A New Field of Anthropology«, in: Chris Shore/Susan (Hg.), Wright Anthropology of Policy: Critical Perspectives on Governance and Power, London, New York: Routledge 1997, S. 3-42.
- Seremetakis, Constantina Nadia: »The Memory of the Senses, Part II: Still Acts«, in: Constantina Nadia Seremetakis (Hg.), The Senses Still. Perception and Memory as Material Culture in Modernity, Boulder: Westview Press 1994, S. 23-44.
- Sideri, Eleni: »In Quest of Eastern Europe: Troubling Encounters in the Post-Cold War Fields«, in: Anthropology Matters Journal: Doing Fieldwork in the Eastern Europe, 8/1 (2006), www.anthropologymatters.com/journal/2006-1/index.htm#editorial vom 22. November 2007.
- Siegrist, Hannes/Hartmut Kaelble/Jürgen Kocka (Hg.), Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert), Frankfurt/Main, New York: Campus 1997.
- Siegrist, Hannes: »Konsum, Kultur und Gesellschaft im modernen Europa«, in: Hannes Siegrist/Hartmut Kaelble/Jürgen Kocka (Hg.), Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert), Frankfurt/Main, New York: Campus 1997, S.13-50.
- Sternberg, Ernest: »Phantasmagoric Labor. The New Economics of Self-Presentation«, in: P. David Marshall (Hg.), The Celebrity Culture Reader, London, New York: Routledge 2006, S. 418-437.
- Stephenson, Svetlana/Liudmila Khakhulina: »Changing Perceptions of Social Justice«, in: David S. Mason/James R. Kluegel (Hg.), Marketing Democracy. Changing Opinion About Inequality and Politics in East Central Europe, Lanham: Rowman & Littlefield 2000, S. 77-97.
- Stoica, Catalin Augustin: »From good Communists to Even Better Capitalists? Entrepreneurial Pathways in Post-Socialist Romania«, in: East European Politics and Societies 18/2 (2004), S. 236-277.
- Strathern, Marilyn: Gender of the Gift. Berkeley: University of California Press, 1988.

- Strathern, Marilyn: »The Limits of Auto-Anthropology«, in: Anthony Jackson (Hg.), *Anthropology at Home*, London: Tavistock 1987, S. 16-37.
- Tereškinas, Artūras: *Kūno žymės: seksualumas, identitetas ir erdvė Lietuvos kultūroje* [Körperzeichen: Sexualität, Identität und Raum in der litauischen Kultur], Vilnius: Baltos lankos, 2001.
- Tereškinas, Artūras: »Between Soup and Soap: Iconic Nationality, Mass Media and Pop Culture in Contemporary Lithuania«, in: *Lituanus. Lithuanian Quarterly Journal of Arts and Sciences* 46/2 (2000), www.lituanus.org/2000/00_2_02.htm vom 19. Mai 2008.
- Tervooren, Anja: »Körper, Inszenierung und Geschlecht«, in: Christoph Wulf (Hg.), *Grundlagen des Performativen. Eine Einführung in die Zusammenhänge von Sprache, Macht und Handeln*, Weinheim: Juventa 2001, S. 157-180.
- Todorova-Pirgova, Iveta: »Cultural Images of the Ethnic Groups and Ethnic Interrelation in the Balkans«, in: *Postsocialist Ethnography* 21/2 (1999), S. 182-199.
- Turner, Victor W.: *The Forest of Symbols*, Ithaca: Oxford University Press 1967.
- Veblen, Thorstein: »Conspicuous Consumption«, in: Martyn J. Lee (Hg.), *The Consumer Society Reader*, Malden: Blackwell 2000, S. 31-47.
- Veen, Hans-Joachim: *Alte Eliten in jungen Demokratien? Wechsel, Wandel und Kontinuität in Mittel- und Osteuropa*, Köln: Böhlau 2004.
- Venclova, Tomas: *Vilnius. Eine Stadt in Europa*, Frankfurt/Main: Suhrkamp 2006.
- Verdery, Katherine: »Wohin mit dem Postsozialismus?«, in: Christopher Hann (Hg.), *Postsozialismus. Transformationsprozesse in Europa und Asien aus ethnologischer Perspektive*, Frankfurt/Main, New York: Campus 2002, S. 31-49.
- Verdery, Katherine: *What Was Socialism and What Comes After?*, Princeton, NJ: Princeton University Press 1996.
- Vonderau, Asta: *Geographie sozialer Beziehungen. Ortserfahrungen in der mobilen Welt*, Münster: LIT-Verlag 2003 (=Berliner Ethnographische Studien; 4).
- Vonderau, Asta: »Erfolgreich im »neuen« Europa. Kulturelle Selbstdeutung der Wirtschaftselite in Litauen«, in: Kerstin Poehls/Asta Vonderau (Hg.), *Turn to Europe. Kulturanthropologische Europaforschungen*, Münster, Hamburg, Berlin: LIT-Verlag 2006, S. 60-70 (=Berliner Blätter. Ethnographische und ethnologische Beiträge; 41).
- Vonderau, Asta: »Yet Another Europe? Constructing and Representing Identities in Lithuania Two Years After the EU Accession«, in: Tsypylma Darieva & Wolfgang Kaschuba (Hg.), *Representations on the Margins of*

- Europe. Politics and Identities in the Baltic and South Caucasian States, Frankfurt/Main, New York: Campus 2007, S. 220-241.
- Warnecken, Bernd J./Andreas Wittel: »Die Angst vor dem Feld. Ethnographisches research up am Beispiel der Unternehmensforschung«, in: Zeitschrift für Volkskunde 1 (1997), S. 1-16.
- Welzer, Harald: Das kommunikative Gedächtnis. Eine Theorie der Erinnerung, München: Beck 2002.
- Willems, Herbert: »Inszenierungsgesellschaft? Zum Theater als Model, zur Theatralität von Praxis«, in: Herbert Willems/Martin Jurga (Hg.), Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch, Opladen: Westdeutscher Verlag 1998, S. 23-80.
- Wulf, Christoph/ Jörg Zirfas (Hg.), Das Soziale als Ritual. Zur performativen Bildung von Gemeinschaften, Opladen: Leske+Budrich 2001.
- Yurchak, Alexei: Everything Was Forever Until it Was No More. The Last Soviet Generation, New York: Princeton University Press 2006.
- Yurchak, Alexei: »Soviet Hegemony of Form: Everything Was Forever, Until It Was No More«, in: Comparative Studies in Society and History 45/3 (2003), S. 480-510.
- Yurchak, Alexei: »Russian Neoliberal: The Entrepreneurial Ethic and the Spirit of ›True Careerism‹«, in: The Russian Review, 62/1 (2003), S. 72-90.
- Zhurzhenko, Tatiana: »Free Market Ideology and New Woman's Identities in Postsocialist Ukraine«, in: The European Journal of Woman's Studies 8 /1 (2001), S. 29-49.
- Zukin, Sharon: Landscapes of Power: From Detroit to Disney World, Berkeley: University of California Press 1991.

Journalistische Texte und Webseiten

- »Akcija pensininkams išvargino geramarius« [Wohltäter von Kampagne ermüdet], in: Vakarų Ekspresas [Westexpress], www.ve.lt/?rub=1065924812&data=2004-12-14&id=1102954776 vom 14.12.2004.
- »Aukštuomenės pokyliai« [Prominenzbälle], in: Stilius vom 30.01.2004, S. 28-29.
- Balikiienė, Brigita: »Gyvenimo čempionai. Lietuvos elitas po mikroskopu« [Gewinner des Lebens. Die litauische Elite unter dem Mikroskop], in: Istorijos [Geschichten], Januar 2006, S. 16-23.
- Bieleckytė, Alina: »Mano Stilius« [Mein Stil], in: Stilius vom 27.01.2006, S. 6.
- Černiauskaitė, Eglė: »Antropologijos pamokos Berlyne« [Anthropologiestunden in Berlin], in: Laima 2/137, Februar 2005, S. 48-51.

- Dovidavičienė, Snieguolė: »Gero žmogaus – nebūtinai daug!« [Ein guter Mensch muss nicht unbedingt einen sehr großen Körper haben!], in: Lietuvos rytas [Litauischer Morgen], www.lietuvsrytas.lt/print.asp?data=&k=news&id=12003488001199502510 vom 15.01.2008.
- Dovidavičienė, Snieguolė: »Laima Mertinienė: Tėvas jau ragina »su ta dieta baigti«« [Laima Mertinienė: Mein Vater bittet mich schon, mit der Diät aufzuhören], in: Lietuvos Rytas [Litauischer Morgen], www.lrytas.lt/?id=11672501481166883520&view=4, vom 28.12.2008.
- Dovidavičienė, Snieguolė: »Asta Vonderau tyrinėja Lietuvos elitą« [Asta Vonderau untersucht die litauische Elite], in: TV per savaitę [TV Woche] vom 22.09.2005, S. 8-9.
- »Editorial«, in: Veidas vom 28.04.2005, S. 6.
- Gaidys, Gintas: »Kurlink veda besaikis vartojimas?« [Wohin führt der unendlicher Konsum?], in: Nachrichtenportal Delfi, www.delfi.lt/archive/index.php?id=5917724, vom 27.01.2005.
- Gelminauskienė, Inga: »Nerašytos vakarėlių taisyklės« [Die ungeschriebenen Gesetze der Abendveranstaltungen], in: Stilius vom 03.12.2004, S. 53.
- »Geriausias iš geriausių« [Der Beste der Besten], in: Jaunimo gretos [Jugendreihen] Nr. 1 (1979), S. 1.
- Gudavičius, Edvardas: »Lietuvos aukštuomenė: Mitas ar tikrovė?« [Litauischer Adel: Mythos oder Realität?], in: Stilius vom 24.03.2004, S. 18-21.
- Jarutienė, Jovita: »Dangoraižių karalius«, in: Stilius vom 26.03.2004, S. 22-24.
- Jonusaitė, Neringa: »Pirmoji ledi – titulas, pareigos, atsakomybė« [Die First Lady: Titel, Pflichten und Verantwortung], in: Stilius vom 20.02.1998, S. 4.
- Kadziauskas, Giedrius: »»Lietuva« – viešojo intereso falsifikacija« [»Lietuva« – eine Verfälschung des öffentlichen Interesses], Nachrichtenportal Delfi, www.lrinka.lt/index.php/meniu/spaudai/straipsniai_ir_komentarai/lietuva_viesojo_intereso_falsifikacija/3492, vom 18.08.2006.
- Klimka, Karolis: »»Nukarusio pertekliaus« mėsinėjimas« [Das Schnippeln am »runterhängenden Überfluss«], in: Nachrichtenportal Delfi, www.delfi.lt/archive/article.php?id=12584291, vom 21.03.2007.
- Kuolys, Marius: »Valdžios atotrūkis nuo visuomenės – kaip 1940-aisiais« [Die aktuelle Entfremdung der Regierung von der Gesellschaft gleicht der von 1940], in: Nachrichtenportal Delfi, www.delfi.lt/archive/article.php?id=7524329, vom 20.09.2005.
- Liutkevičienė, Inga: »Pdėkime savo kūnui« [Helfen wir unserem Körper], in: Stilius vom 06.02.1998.
- »Mano automobilis« [Mein Auto], in: Stilius vom 16.06.2000, S. 15.
- Matonienė, Ieva: »Nei žuvis nei mėsa...« [Nicht Fisch, nicht Fleisch], in: Moteris [Die Frau], September 2005, S. 112-113.

- Matonytė, Irminda: »Elitas ir Stilius« [Elite und Stil], in: Stilius vom 16.06.2000, S.10-12.
- »Metai – nauji, batai – seni? Svarstome Problema« [Das Jahr – neu, die Schuhe – alt? Wir diskutieren über ein Problem], in: Tarybinė Moteris [Die sowjetische Frau], Januar 1986, 409/1 (1986), S. 5-6.
- »Moteris apie vyrą. Jolita Sargutyte. Lietuvos grimo ir makiažo asociacijos prezidentė« [Eine Frau über Männer. Jolita Sargutyte, Präsidentin des Litauischen Verbandes für Make-up und Maskenbildnerei], in: Stilius vom 31.10.2003, S. 6.
- Musteikis, Audrius: »Specialioji lietuvaite iš Berlyno užduotis« [Die Spezialaufgaben einer Litauerin aus Berlin], in: Lietuvos Žinios [Nachrichten Litauens] vom 15.01.2005, S. 19.
- Nedveskaitė, Jūratė: »Akropolis taikosi i sostinės simbolį?« [Strebt Akropolis es an, das Symbol der Hauptstadt zu werden?], in: Nachrichtenportal Delfi, www.delfi.lt/archive/index.php?id=5643048, vom 13.12.2004.
- »Nepaprastai sulieknėjusi verslininkė permaining gyvenime nelaukia« [Eine unglaublich erschlanke Geschäftsfrau erwartet keine Veränderungen in ihrem Leben], in: Lietuvos Sveikata [Gesundheit Litauens], Nr. 12 vom 24.-30.03.2007, www.lisveikata.lt/index.php?page_id=57&s=2002 vom 23.12.2008.
- Ostaševičienė, Aušra: »Violeta Campana. Meilė – didžiausia likimo dovana« [Violeta Campana. Liebe – das größte Geschenk des Schicksals], in: Stilius vom 7.01.2000, S. 6-10.
- »Pasakojimas apie senelę be vardo ir pavardės« [Erzählung über eine alte Frau ohne Namen und Nachnamen], in: Tarybinė Moteris [Die sowjetische Frau], 10 (1989), S. 13.
- »Pasitikėjimas« [Vertrauen], in: Tarybinė Moteris [Die sowjetische Frau], 1986, 1, S. 3.
- »Pilietinės visuomenės institutas siūlo būdus kaip sumažinti emigracijos keliamas grėsmes« [Vorschläge des Instituts für Zivilgesellschaft zur Minderung der durch Migration verursachten gesellschaftlichen Probleme], in: Nachrichtenportal Bernardinai, www.bernardinai.lt/index.php?url=articles/8428 vom 28. Juni 2008.
- »Po meilės Pasaulį valdo pinigai« [Nach der Liebe regiert das Geld die Welt], in: Veikli [Aktive Frau], Dezember/Januar 2004-2005, S. 26-29.
- Pranešimas apie žmogaus socialinę raidą Lietuvoje 1995. Jungtinių tautų vystymo programa [Ein Bericht über die soziale Entwicklung der Menschen in Litauen 1995. Ein Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen], www.un.lt/images/socialine_raida/lt/HDR1995_LT.pdf vom 20.01.2007.

- Ramezaitė Vilma: »Aukštuomenės puotos liko tik jaunystės prisiminimuose« [Prominenzbälle blieben nur in den Jugenderinnerungen], in: Stilius vom 21.01.2000, S. 19-21.
- »Redaktorės Žodis skaitytojoms« [Ein Wort der Redakteurin an die Leserinnen], in: Stilius vom 21.11.1997, S. 4.
- Rumšaitė, Vaiva: »Paslapčių apie viešbučio svečių silpnybės saugotoja« [Die Hüterin der Geheimnisse der Hotelgäste], in: Stilius vom 14.10.2005, S. 26-29.
- Tarybinė moteris [Die sowjetische Frau], Januar 1989, S. 10.
- »Teta Kazimiera« [Tante Kazimiera], in: Tarybinė Moteris [Die sowjetische Frau], 11 (1982), S. 11.
- »Trys aktorės monologai« [Drei Monologe einer Schauspielerin], in: Tarybinė Moteris [Die sowjetische Frau], 12 (1989), S. 4-5.
- Vernickaitė, Aurelija/Eugenija Grižibauskienė: »Ambicijų genami« [Von Ambitionen getrieben], in: Veidas vom 16.03.2006, S. 38-43.
- Lina Varnaitė: »Milionieriaus silpnybės«, in: Stilius vom 07.05.2004, S. 24-26.
- Varnaitė, Lina: »Uždarau net mažiausius langelius praeičiai« [Ich schließe sogar die kleinsten Fenster zur Vergangenheit], in: Stilius vom 27.05.2005, S. 12-14.
- Vileikienė, Aušra: »Viena turtingiausių šalies moterų Birutė Kantauskienė savo darbuotojus moko pasididinti atlyginimus« [Eine der reichsten Frauen Litauens, Birutė Kantauskienė, bringt ihren Angestellten bei, wie sie ihre Gehälter erhöhen können], in: Stilius vom 9.11.2007, S. 26-28, hier S. 26.
- Webseite des Projekts Rückkehr zur Minderung des Intellektabflusses aus Litauen www.sugrizimai.lt/ vom 22. November 2007.
- Webseite der Stadtverwaltung von Vilnius www.vilnius.lt/newvilniusweb/index.php/101/?itemID=79754 vom 22. November 2007.
- Webseite der litauischen Bewegung Neue Linke www.vilma.cc/lietuva sowie www.nk95.org/nejienos/judejimas.htm vom 16. Juni 2008.
- Webseite für statistische Daten www.stat.gov.lt/lt/ vom 16. Juni 2008.

Abbildungen

Abbildung 1: Eröffnung einer Edelboutique, Vilnius 2005, fotografiert von A. Vonderau.

Abbildung 2: Antropologijos pamokos Berlyne, in: Laima, 2/137 (2005), S. 48-49.

Abbildung 3: Titelblatt von Veidas Nr. 17 vom 18.04.2005.

Abbildung 4: Vilnius 2005, fotografiert von A. Vonderau.

Abbildung 5: Vilnius 2005, fotografiert von A. Vonderau.

Abbildung 6: Bilder von Verwandten aus dem Westen, 1959, Privatsammlung A. Vonderau.

Abbildung 7: Moteris, September 2005, S. 112-113.

Abbildung 8: Titelbild Tarybinė Moteris, 1/409 (1986).

Abbildung 9: Titelbild Stilius, Nr. 39 vom 14.10.2005.

Abbildung 10: Stilius, Nr. 39 vom 14.10.2005, S. 28-29.

Abbildung 11: Die alte Platte, fotografiert von A. Vonderau, 2005.

Abbildung 12: Die neue Konsumlandschaft, fotografiert von A. Vonderau, 2005.

Abbildung 13: Das neue Stadtzentrum, fotografiert von A. Vonderau, 2005.

Kultur und soziale Praxis



GABRIELE CAPPAL, SHINGO SHIMADA,
JÜRGEN STRAUB (HG.)
Interpretative Sozialforschung und Kulturanalyse
Hermeneutik und die komparative Analyse
kulturellen Handelns

Juni 2010, 304 Seiten, kart., 28,80 €,
ISBN 978-3-89942-793-6



LUCYNA DAROWSKA, THOMAS LÜTTENBERG,
CLAUDIA MACHOLD (HG.)
Hochschule als transkultureller Raum?
Kultur, Bildung und Differenz in der Universität

August 2010, ca. 146 Seiten, kart., ca. 19,80 €,
ISBN 978-3-8376-1375-9



ÖZKAN EZLI (HG.)
Kultur als Ereignis
Fatih Akins Film »Auf der anderen Seite«
als transkulturelle Narration

August 2010, ca. 150 Seiten, kart., ca. 22,80 €,
ISBN 978-3-8376-1386-5

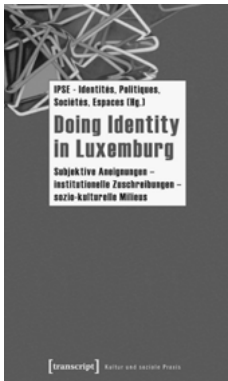
**Leseproben, weitere Informationen und Bestellmöglichkeiten
finden Sie unter www.transcript-verlag.de**

Kultur und soziale Praxis



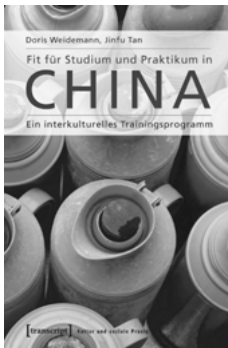
SABINE HESS, JANA BINDER,
JOHANNES MOSER (HG.)
No integration?!
Kulturwissenschaftliche Beiträge
zur Integrationsdebatte in Europa

2009, 246 Seiten, kart., 24,80 €,
ISBN 978-3-89942-890-2



IPSE – IDENTITÉS POLITIQUES
SOCIÉTÉS ESPACES (HG.)
Doing Identity in Luxembourg
Subjektive Aneignungen – institutionelle
Zuschreibungen – sozio-kulturelle Milieus

Juli 2010, ca. 250 Seiten, kart.,
zahlr. z.T. farb. Abb., 28,80 €,
ISBN 978-3-8376-1448-0



DORIS WEIDEMANN, JINFU TAN
Fit für Studium und Praktikum in China
Ein interkulturelles Trainingsprogramm

Juli 2010, ca. 200 Seiten, kart., ca. 16,80 €,
ISBN 978-3-8376-1465-7

Leseproben, weitere Informationen und Bestellmöglichkeiten
finden Sie unter www.transcript-verlag.de

Kultur und soziale Praxis

IMAN ATTIA

Die »westliche Kultur« und ihr Anderes

Zur Dekonstruktion
von Orientalismus und
antimuslimischem
Rassismus

2009, 186 Seiten, kart., 21,80 €,
ISBN 978-3-8376-1081-9

JUTTA AUMÜLLER

Assimilation

Kontroversen um ein
migrationspolitisches Konzept

2009, 278 Seiten, kart., 28,80 €,
ISBN 978-3-8376-1236-3

SYLKE BARTMANN,
OLIVER IMMEL (HG.)

Das Vertraute und das Fremde

Differenzerfahrung
und Fremdverstehen im
Interkulturalitätsdiskurs

Juli 2010, ca. 240 Seiten,
kart., ca. 29,80 €,
ISBN 978-3-8376-1292-9

AIDA BOSCH

Konsum und Exklusion

Eine Kulturosoziologie der Dinge

Januar 2010, 504 Seiten, kart.,
zahlr. farb. Abb., 33,80 €,
ISBN 978-3-8376-1326-1

ANNE BRODEN, PAUL MECHERIL (HG.)

Rassismus bildet

Bildungswissenschaftliche Beiträge
zu Normalisierung und Subjektivierung
in der Migrationsgesellschaft

Mai 2010, 294 Seiten, kart., 28,80 €,
ISBN 978-3-8376-1456-5

NESRIN Z. CALAGAN

Türkische Presse in Deutschland

Der deutsch-türkische Medienmarkt
und seine Produzenten

Juli 2010, ca. 246 Seiten,
kart., ca. 29,80 €,
ISBN 978-3-8376-1328-5

KATHRIN DÜSENER

Integration durch Engagement?

Migrantinnen und Migranten
auf der Suche nach Inklusion

Januar 2010, 290 Seiten,
kart., zahlr. Abb., 29,80 €,
ISBN 978-3-8376-1188-5

JÖRG GERTEL

Globalisierte Nahrungskrisen

Bruchzone Kairo

Juli 2010, ca. 450 Seiten,
kart., ca. 35,80 €,
ISBN 978-3-8376-1114-4

JÖRG GERTEL, INGO BREUER (HG.)

Alltags-Mobilitäten

Aufbruch marokkanischer
Lebenswelten

Juli 2010, ca. 350 Seiten,
kart., zahlr. Abb., ca. 29,80 €,
ISBN 978-3-89942-928-2

MARTINA GRIMMIG

Goldene Tropen

Zur Koproduktion natürlicher
Ressourcen und kultureller Differenz
in Guayana

September 2010, ca. 320 Seiten,
kart., ca. 34,80 €,
ISBN 978-3-89942-751-6

HANS-WALTER SCHMUHL (HG.)

Kulturrelativismus und Antirassismus

Der Anthropologe Franz Boas
(1858-1942)

2009, 350 Seiten, kart., inkl.
Begleit-CD-ROM, 34,80 €,
ISBN 978-3-8376-1071-0

**Leseproben, weitere Informationen und Bestellmöglichkeiten
finden Sie unter www.transcript-verlag.de**